

Kävijästä kaveriksi
Kohti koukuttavaa ystävätoimintaa

Viivi Pietiläinen
Pro gradu -tutkielma
Teatteritiede
Humanistinen tiedekunta
Helsingin yliopisto
Huhtikuu 2020



Tiedekunta/Osasto – Fakultet/Sektion – Faculty Humanistinen tiedekunta		Laitos – Institution – Department Filosofian, historian, kulttuurin ja taiteiden tutkimuksen laitos	
Tekijä – Författare – Author Viivi Pietiläinen			
Työn nimi – Arbetets titel – Title Kävijästä kaveriksi: Kohti koukuttavaa ystävöimintää			
Oppiaine – Läroämne – Subject Teatteritiede			
Työn laji – Arbetets art – Level Pro gradu -tutkielma		Aika – Datum – Month and year Huhtikuu 2020	Sivumäärä– Sidoantal – Number of pages 86
Tiivistelmä – Referat – Abstract <p>Tutkielma pureutuu suomalaisten ammattiteattereiden ystävöihin ja kokoaa niiden hyviä käytäntöjä yhteen. Ystävöihjelmien määrittelyssä hyödynnetään Alix Slaterin luokittelua, jossa ohjelmat jaotellaan kolmeen ryhmään niiden muodon ja sisällön perusteella: <i>Social Club Group</i> -luokkaan kuuluu jäsenten itsensä pyörittämiä, vapaamuotoisia ryhmiä. <i>Public Members' Scheme</i> -luokan ryhmillä on oma, taideorganisaatiosta erillinen hallintonsa. <i>Integrated Members' Scheme</i> koostuu pääasiassa taideorganisaatioiden itse pyörittämistä, ammattimaisesti johdetuista ohjelmista ja ryhmistä.</p> <p>Rakenteellisesti työ koostuu kolmesta osasta, joista ensimmäisessä kartoitetaan eri sitouttamistapojen, kuten kanta-asiakasohjelmien ja ystäväkerhojen, yleisyyttä kotimaan teatterikentällä. Tutkimuskohteina ovat Kansallisteatterin ja 57 VOS-teatterin lisäksi 124 rahoituslain ulkopuolista toimijaa, joilta löytyy toimivat verkkosivut.</p> <p>Työn toisessa osassa suunnitellaan ja toteutetaan kyselytutkimus, jonka avulla tutkitaan, millaisia toiveita KokoTeatterin asiakkailla on ystävöiminnan suhteen. KokoTeatteri on helsinkiläinen ammattiteatteri, jolla ei ole omaa ystävöihjelmaa, mutta joka suunnittelee sellaisen lanseeraamista. Kyselytutkimuksen tuloksia hyödynnetään työn viimeisessä osassa, jossa luodaan muistilista teattereille, jotka haaveilevat oman ystävöihjelman perustamisesta.</p> <p>Pro gradu -tutkielma osoittaa, etteivät ystävöihjelmat ole vielä lyöneet itseään läpi suomalaisella teatterikentällä. Vain noin joka kuudennella VOS-teatterilla on oma, teatterista erillinen ystävöiyhdistys. Vapaalta kentältä yhdistyksiä löytyy vain yksi. Useimmiten kotimaiset teatterit pyrkivät sitouttamaan ihmisiä toimintaansa tarjoamalla heille mahdollisuuden ryhtyä teatterin kannattajajäseneksi. Näin toimii noin 12 prosenttia VOS-teattereista. Rahoituslain ulkopuolisista teattereista kannattajajäsenyyttä markkinoi noin kymmenen prosenttia toimijoista.</p> <p>Tavallisimmin yksityishenkilöitä houkutellessaan jäsenohjelmien pariin tarjoamalla heille erinäisiä etuja ja tarjouksia. KokoTeatterin asiakkaille suunnatun kyselytutkimuksen perusteella houkuttelevimpina jäsenetuina pidetään alennuksia pääsylippujen hinnoista, viime hetken tarjouksia, tekijä- ja taitelijatapaamisia sekä pääsyä avoimiin harjoituksiin.</p>			
Avainsanat – Nyckelord – Keywords teatteri, ystävöihjelma, jäsenohjelma, uskollisuusohjelma, kannattajajäsenyys, kanta-asiakas, sitouttaminen, kyselytutkimus, teatteritiede			
Säilytyspaikka – Förvaringställe – Where deposited E-thesis			
Muita tietoja – Övriga uppgifter – Additional information			

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Johdatus ystävätoimintaan.....	5
1.2	Toimivan ohjelman tunnusmerkkejä	11
1.3	Suo nimeltä sitouttaminen	14
1.4	Suomalaiset ystäväryhmät	20
1.4.1	Kannattajajäsenyydet.....	20
1.4.2	Kanta-asiakasohjelmat.....	21
1.4.3	Teatterista erilliset kannatusohjelmat	23
1.4.4	Teatterien alaisuudessa toimivat ystäväryhmät	26
1.5	Työtä, tekstejä ja tuoleja teatterin hyväksi	28
1.5.1	Yleisö markkinointikoneiston osana	28
1.5.2	Teatteriagentit.....	29
1.5.3	Lunasta oma tuoli tai lahjoita anonyymisti.....	31
2	Mitä ystävä haluaa: Tapaus KokoTeatteri	33
2.1	KokoTeatterin Ystävät pähkinäkuoressa	35
2.2	Asiakkaiden ääni kuuluviin kyselytutkimuksella	36
2.3	Käytössä sähköiset jakelukanavat	40
3	Tulosten purku: Tyytyväinen, naisvaltainen yleisö	42
3.1	Kanta-asiakkaita ja kainoja toiveita.....	47
3.2	Kuka päättää, mitä katsotaan?	50
3.3	Tulosten luotettavuudesta.....	52
4	Kuinka koukuttaa kävijät.....	54
4.1	Ystäväohjelman aakkoset	69
4.1.1	Muistilista ystäväohjelman perustajalle	69
4.1.2	Esimerkki uudesta ystäväohjelmasta	71
5	Lopuksi.....	74
6	Lähteet	78
7	Liitteet	87
	LIITE 1. Tarkasteltavat VOS-teatterit sekä Suomen Kansallisteatteri	87
	LIITE 2. Tarkasteltavat vapaan kentän toimijat	88
	LIITE 3. Kannattajajäsenyyttä tarjoavat VOS-teatterit	89
	LIITE 4. VOS-teatterit, joita pyörittäviin yhdistyksiin otetaan varsinaisia jäseniä.....	90
	LIITE 5. VOS-teatterit, joilla on teatterista erillinen kannatusyhdistys	91

LIITE 6. Vapaan kentän toimijat, jotka tarjoavat kannattajajäsenyyttä	93
LIITE 7. Vapaan kentän teatterit, jotka hyväksyvät jäseniä taustaorganisaatioonsa.....	95
LIITE 8. Kyselylomake	96
LIITE 9. Malli etujen haarukoinnista	106

1 Johdanto

*...if you got one friend when you die, then you got something most people never have.*¹

Joku viisas on joskus todennut, että ystävyys on maailman paras sijoitus. Pienten teattereiden kohdalla tämä lienee enemmän kuin totta, sillä niiden elämä on jatkuvaa kamppailua resurssipulaa vastaan. Tässä työssä tarkastelun kohteeksi otetaan teattereiden ystävöihjelmat. Voisivatko ne toimia majakoina pimeyden keskellä ja johdattaa yleisön kerta toisensa perään teatterisaleihin?

Suomessa teattereita rahoittavat – asiakkaiden lisäksi – valtio ja kunnat. Opetus- ja kulttuuriministeriön valtionosuuden piiriin hyväksymillä teattereilla julkinen tuki vähennettynä kiinteistömenoilla kattoi Teatteritilastojen mukaan vuonna 2018 keskimäärin liki kuusikymmentä prosenttia niiden käyttömenoista. Suurissa ja keskisuurissa VOS-teattereissa pääsylippujen osuus oli 24 prosenttia ja muiden omien tulojen osuus viisi prosenttia tuloista. Ryhmissä ja pienteattereissa pääsyliput kattoivat keskimäärin 36 prosenttia ja muut omat tulot kahdeksan prosenttia tuloista.² Rahoituslain ulkopuolisilla teattereilla luvut olivat toista: niilläkin teattereilla, jotka saivat valtion harkinnanvaraista toiminta-avustusta, keskimäärin noin kuusikymmentä prosenttia tuotosta muodostui omarahoituksesta ja yksityisistä avustuksista. Kun julkinen tuki ei riitä kattamaan kuluja, teattereiden on keksittävä uusia tulonlähteitä tai nipistettävä henkilökunnan palkasta. Varsin usein vapaalla kentällä työskennellään palkatta tai vapaaehtoisuutena.³

Teatterit eivät kilpaile vain keskenään, sillä ne joutuvat taistelemaan yleisön huomiosta muiden vapaa-ajan rientojen kanssa. Tilastokeskuksen vuoden 2017 vapaa-aikatutkimuksen mukaan viisikymmentä prosenttia yli kymmenvuotiaista suomalaisista oli käynyt kuluneen vuoden aikana konsertissa ja kuusikymmentä prosenttia elokuvissa. Samaan aikaan vain noin neljäkymmentä prosenttia oli käynyt teatterissa.⁴ Vaikka lukujen epäsuhta on monen tekijän summa, yksi selittävä tekijä voi löytyä markkinoinnista. Kantar TNS oy:n mukaan suomalaiset teatterit käyttivät vuonna 2017 mediamainontaan reilut 3,3 miljoonaa euroa. Samaan aikaan konserttien tapaisia yleisötilaisuuksia mainostettiin yli 8,7 miljoonalla eurolla. Vuonna 2018 teatterit kirivät välimatkaa hivenen umpeen ja nostivat mainosmenonsa 3,7

¹ Guirgis 2017, 66.

² Helavuori & Volmari 2019, 38; 45.

³ Emt., 8; 118.

⁴ Suomen virallinen tilasto 2019.

miljoonaan euroon. Samalla yleisötilaisuuksien mainonta laski alle 7,9 miljoonaan euroon.⁵ Tasoituksesta huolimatta ero mainosbudjettien välillä on huomattava.

Riittämättömien resurssien ohella teatteria koskevan mainonnan haasteena on mainostettava tuote itsessään. Tuottamisesta oppaan kirjoittaneen Jukka Hytin mukaan markkinointi on teatterituottamisen osa-alueista se, jossa on helpoin mennä metsään. Prosessinomaisissa tuotannoissa on hänen mukaansa ongelmana, ettei varsinaista tuotetta ole vielä olemassa, kun esitystä pitäisi jo markkinoida. Erityisen haastavaa on yrittää myydä kotimaisia kantaesityksiä sekä teoksia, joiden tekijäkaarti on yleisölle entuudestaan tuntematon. Millä kärjellä mainontaa pitäisi silloin lähestyä? Teatteri vai esimerkiksi ohjaaja edellä?⁶ Kun markkinointi jää puolitiehen, teokset uhkaavat jäädä huomiota vaille. Tyhjät katsomot johtavat puolestaan vyön kiristämiseen. Välttääkseen noidankehän teattereiden on kehitettävä uusia tapoja, joilla asiakkaat saadaan sitoutettua talojen toimintaan ja palaamaan kerta toisensa jälkeen. Tässä kuvaan astuvat ystävöihjelmat.

Ystävöihjelmiin panostaminen on perusteltua, sillä niissä piilee suuri potentiaali. Museoiden ja gallerioiden ystävöihjelmiin paneutuneen Alix Slaterin mukaan taideorganisaatiot voivat ohjelmien avulla houkutella mukaansa uskollisia kannattajia, jotka puurtavat niiden parhaaksi. He esimerkiksi tekevät vapaaehtoistyötä ystävöorganisaatioidensa hyväksi, muistavat niitä lahjoituksin ja levittävät tietoa niiden toiminnasta muille.⁷ Lisäksi he rekrytoivat mukaan uusia jäseniä. Ideaalitilanteessa syntyy lumipalloeefekti, jossa jäsenmäärä kasvaa eksponentiaalisesti, mikä näkyy niin lipputuloissa kuin taidelaitoksen taloudessa ylipäänsäkin. Näin ollen innokas ja sitoutunut ystävöklubilainen on monessa mielessä arvokkaampi kuin tukku yksittäisiä kävijöitä. Markkinoinnin asiantuntijat Seija Bergström ja Arja Leppänen muistuttavat, että uskolliset asiakkaat myös aiheuttavat organisaatiolle vähemmän markkinointikustannuksia kuin satunnaiset kävijät.⁸

Pro gradu -tutkielmani tarkoituksena on koota Suomen teattereissa käytössä olevien ystävöihjelmien käytäntöjä yhteen. Miltä näyttää kotimainen ystävötoiminta? Aloitan työni selvittämällä, kuinka yleistä ystävötoiminta on suomalaisella teatterikentällä. Vaikka ystävöklubeja ja -kerhoja löytyy myös harrastajapuolelta, rajaan tutkimukseni koskemaan vain ammattiteattereita. Tarkastelun kohteeksi otan VOS-teattereiden ja Suomen Kansallisteatterin

⁵ M. Rantanen, sähköposti 13.2.2020.

⁶ Hytti 2005, 84–85.

⁷ Slater 2004, 238.

⁸ Bergström & Leppänen 2015, 437.

lisäksi ne rahoituslain ulkopuoliset teatteritoimijat, jotka löytyvät vuoden 2018 Teatteritilastosta tai Teatterin Tiedotuskeskus TINFO:n teatterihausta ja joilla on toimivat verkkosivut. VOS-teattereita Suomessa on 57, edellä kuvatun määritelmän täyttäviä vapaan kentän toimijoita 124. Käsittämäni toimijat on eritelty liitteissä 1 ja 2.

Teatterikentän läpikäymisen jälkeen kartoitan, millaisia toiveita yleisöllä on ystävätoiminnan suhteen. Käytän esimerkkinä helsinkiläistä KokoTeatteria, jossa yleisön sitouttamiseksi on kaavailtu KokoTeatterin Ystävät -nimistä ohjelmaa. Siinä jäsenet pääsevät vuosittaista jäsenmaksua vastaan nauttimaan esimerkiksi erilaisista klubi-illoista sekä esitysten läpimenoharjoituksista. Yhdessäolon lisäksi heille tarjotaan rahanarvoisia etuja erinäisten tarjousten ja alennusten muodossa. Koska ohjelma on vasta alkutekijöissään, sen sisältö on kohtuullisen helppo räätälöidä vastaamaan potentiaalisten jäsenten tarpeita kysymällä heiltä itseltään, millaisista asioista he ovat kiinnostuneita. KokoTeatteri itsessään on pieni, vapaa ammattiteatteri, jonka ylläpidosta vastaa KokoTeatteri -yhdistys ry. Teatteri jakaa tilansa Koko Jazz Clubin kanssa. Omien tuotantojen ohella teatterissa nähdään vierailuesityksiä. Vuosina 2017–2018 KokoTeatteri sai yhteensä 240 000 euroa valtion harkinnanvaraista avustusta.

Rakenteellisesti työni jakautuu kolmeen osaan. Luvuissa 1.1–1.5 esittelen eri tapoja sitouttaa asiakkaita teattereiden toimintaan. Tarkastelun kohteeksi otan niin yleisötyön kuin teattereiden käyttämät kanta-asiakasohjelmatkin. Samalla teen läpileikkauksen suomalaisten ammattiteattereiden esityskaudella 2017–2018 käyttämiin sitouttamistoimiin ja ystäväohjelmiin.⁹

Luvussa 2 esittelen suunnittelemani ja toteuttamani kyselytutkimuksen, jonka avulla selvitin, millaisia toiveita KokoTeatterin asiakkailla on teatterin ystäväohjelman suhteen. Kysely koostuu kolmesta osiosta, joista ensimmäisessä kartoitan ihmisten mielikuvia KokoTeatterista: Miltä KokoTeatteri näyttää kävijöidensä silmissä? Onko sillä oma, erottuva brändinsä? Kysymys on tärkeä, sillä organisaation on hankala saada tukijoita, ellei ihmisillä ole mielikuvaa sen toiminnasta. Toisessa osiossa esittelen erilaisia vaihtoehtoja teatterin tulevalle ystävätoiminnalle ja selvitän vastaajien kiinnostusta niihin. Kysymyksissä tarjotut mallit olen poiminut muissa teattereissa käytössä olevista kanta-asiakas- ja ystäväohjelmista. Kolmas osio koostuu taustoittavista kysymyksistä, joiden avulla selvitän, millaisista henkilöistä teatterin kävijäkunta muodostuu. Vaikka kyselyn pääpaino on vahvasti

⁹ Olen päivittänyt materiaalin keväällä 2020.

KokoTeatterissa, käsittelen lomakkeessa lyhyesti myös Koko Jazz Clubia. Näin siksi, että teatterin ja klubin toiminnot sekä yleisöt risteävät toistensa kanssa. Hyödynnän kyselytutkimuksen ja alun yleiskatsauksen tuloksia luvussa 4, jossa kokoan ystäväohjelmien hyvät käytännöt yhteen ja luon niiden pohjalta muistilistan ystäväklubien perustajille. Lopuksi ehdotan jatkotoimenpiteitä ystäväklubitoiminnan kehittämiseksi.

*Pari sanaa termeistä ja tapahtumahorisontista*¹⁰

Kulttuurialalla on perinteisesti vierastettu sanan *asiakas* käyttöä, sillä termi assosioituu kaupallisuuteen. Taloudellisten päämäärien on puolestaan pelätty olevan ristiriidassa taiteellisten tavoitteiden kanssa.¹¹ Tässä työssä asiakasta käytetään suvereenisti yleisön, katsojan, teatterissa vierailijan ja teatterikävijän rinnalla. Sanojen välillä ei tehdä eroa sen mukaan, korostavatko ne henkilön roolia aktiivisena vai passiivisena toimijana. Ystäväohjelmia, -kerhoja, -ryhmiä sekä jäsenohjelmia ja -klubeja käytetään toistensa synonyymeinä. Termien alle lasketaan sekä sellainen toiminta, joihin teatterit itse viittaavat sanoilla ystävätoiminta tai -klubi, että sellainen kannattajajäsenyys, jossa jäsenyys on vastikkeellista. Toisin sanoen kannattajajäsen on oikeutettu jäsenmaksua vastaan esimerkiksi lippuetuihin tai eksklusiivisiin tilaisuuksiin. Pelkät kuukausilahjoittajat ja muut pyyteettömät hyväntekijät on rajattu termin ulkopuolelle. Samoin on tehty yhteisöjäsenten kanssa: käsittelen yritysten sitouttamistoimia vain siltä osin kuin ne rinnastuvat yksityishenkilöiden sitouttamiseen. Yritysten harjoittamaa yhteistyötä teattereiden kanssa on käsitelty tarkemmin esimerkiksi Sofia Vallin pro gradu -tutkielmassa *Suomalaisten teattereiden harjoittama yritys yhteistyö vuonna 2017*.

Suomessa lähes kaikki teatterit mainostavat verkkosivuillaan omia sosiaalisen median kanaviaan. Suosituimmat alustat ovat mainintojen perusteella Facebook, Instagram ja Twitter. Monilla teattereista on käytössään myös oma YouTube- tai Vimeo-kanava. Vaikka sosiaalisen median hyödyntäminen asiakkaiden sitouttamisessa tarjoaa kiinnostavan tutkimuskohteen, sivuan aihetta työssäni vain lyhyesti.

¹⁰ Tapahtumahorisontti on aika-avaruudessa oleva rajapinta, jonka sisäpuolelta mikään tieto, aine tai säteily ei pääse pakenemaan. Toisin sanoen se on todellisuuden viemärikuilu.

¹¹ Lindholm, Simovaara, Cantell & Mielonen 2011, 7.

1.1 Johdatus ystävätoimintaan

Markkinoinnin professori Hannu Kuuselan mukaan pitkäaikaiset asiakassuhteet ovat yksi yritysten kulmakivistä, sillä ne takaavat säännöllisen kassavirran. Uskolliset asiakkaat toimivat myös markkinointikoneiston osasina, sillä parhaimmassa tapauksessa he suosittelevat kokemustaan muille ja houkuttelevat uusia kävijöitä yritysten pariin.¹² Vaikka Kuusela käsittelee teoksessaan palveluorganisaatioita, ajatus tyytyväisistä vakioasiakkaista tasaisen tulovirran takaajina on sovellettavissa niin tavarakauppaan kuin taideorganisaatioihinkin. Asiakassuhteiden säilyttäminen kuuluu myös suhdemarkkinoinnin¹³ päätavoitteisiin. Uusien asiakkaiden houkutteleminen tulee vasta sen jälkeen.¹⁴ Siinä missä perinteisessä markkinoinnissa on keskitytty myymiseen, suhdemarkkinoinnissa arvo löytyy ihmisten sitoutumisesta. Niinpä asiakkaita kohdellaan yksilöinä.¹⁵ Tavoitteena on saada satunnaisista kävijöistä ensin kanta-asiakkaita, sitten yrityksen tukijoita ja lopulta puolestapuhujia.¹⁶ Jäsenohjelmat tarjoavat organisaatioille hyvän työkalun päämäärän toteuttamiseksi. Niiden kautta asiakkaille voidaan tarjota sekä laadukasta palvelua että yksilöityjä etuja.¹⁷

Pitkäaikaisiin asiakassuhteisiin tähtääviä ystäväohjelmia löytyy kaikilta elämän alueilta. Niitä on perustettu niin urheilun, taiteen, kulttuurihistorian kuin vaikkapa ympäristönsuojelun ympärille. Suomen vanhin, ja samalla suurin, museon ystävähdistys on Ateneumin ystävät ry. Yhdistys on perustettu 1919, ja sillä oli toukokuussa 2017 yli 2 200 jäsentä. Toimintansa aikana seura on tukenut museota lahjoittamalla sille muun muassa maalauksia ja veistoksia.¹⁸ Teatterin puolella Suomen vanhimpia ystävähdistyksiä edustaa Kotkan Teatterikerho ry, joka on perustettu vuonna 1948. Kerhon tavoitteena on lähentää Kotkan Kaupunginteatteria ja yleisöä toisiinsa. Yhdistys pyörittää teatterin tiloissa kahvila-ravintolaa, ja sen jäseniksi kelpaavat kaikki, joilla on varaa maksaa vuosittainen jäsenmaksu.¹⁹

Vaikka teatterit ovat kunnostautuneet tukijoiden hankinnassa jo vuosikymmenten ajan, niiden ystäväohjelmia on tutkittu verrattain vähän.²⁰ Niinpä katse on käännettävä muista taide- ja

¹² Kuusela 2001, 96.

¹³ Suhdemarkkinoinnissa kiinnostuksen kohteena ovat kaikki organisaation toimintaan vaikuttavat sidokset, kuten media- ja viranomaissuhteet. Tässä työssä keskitytään kuitenkin vain asiakassuhteisiin.

¹⁴ Gummesson 2004, 38.

¹⁵ Hill & Whitehead 2007, 5.

¹⁶ Gummesson 2004, 41.

¹⁷ Hill & Whitehead 2007, 25.

¹⁸ Ateneum 2017.

¹⁹ Kotkan Teatterikerho 2020.

²⁰ Bussell & Forbes 2006, 39.

kulttuuriorganisaatioista tehtyjen selvitysten puoleen. Ison-Britannian museo- ja galleriakenttää tutkinut Alix Slater jakaa ystäväohjelmat kolmeen pääluokkaan. *Social Club Group* -luokkaan kuuluu jäsenten itsensä pyörittämiä, vapaamuotoisia ryhmiä. Kuten ryhmien englanninkielinen nimi antaa jo ymmärtää, yhteisöllisyys on tärkeä osa niiden toimintaa. Ne koostuvat innokkaista harrastajista ja aktiiveista. Ryhmät ovat yleensä pieniä, sillä ne eivät rekrytoi aktiivisesti uusia jäseniä vaan tieto niistä leviää lähinnä suusta suuhun periaatteella. Niille on tyypillistä, että ryhmien avainhenkilöt pönkittävät asemaansa muiden jäsenten silmissä lahjoittamalla toimintaan huomattavia summia. Ne voivat myös järjestää varainkeruutapahtumia.²¹ Käytännössä ryhmät ovat kuin epävirallisia fanikerhoja. Jäsenohjelmista oppaan kirjoittaneiden Liz Hillin ja Brian Whiteheadin mukaan *Social Club Group* -luokkaan kuuluvat ryhmät eivät ole yleensä taustaorganisaatioidensa kannalta ideaaleja, sillä niillä ei ole sananvaltaa ryhmissä. Näin ollen kerhot voivat esimerkiksi kohdentaa varainkeruunsa tuotot organisaation kannalta toisarvoisiin asioihin.²²

Vapaamuotoisten ryhmien tilastointi on haasteellista, varsinkin, jos ne eivät pidä itsestään ääntä. Laveasti ajatellen *Social Club Group* -luokkaan voisi Suomessa sijoittaa teatterikerhoja, jotka eivät tue suoranaisesti mitään tiettyä teatteritaloa tai -ryhmää. Esimerkiksi Helsingin Teatterikerho ry ilmoittaa toimivansa yksittäisen taideorganisaation sijasta niin teatteritaiteen, näytelmäkirjallisuuden kuin teatteritutkimuksen hyväksi. Kerho kierrättää jäseniään tutustumassa laaja-alaisesti pääkaupunkiseudun esitystarjontaan.²³ Yhdistys on perustettu vuonna 1948, ja sillä on noin kolmesataa jäsentä.²⁴

Helsingin Teatterikerho on rekisteröity yhdistys, eikä se siksi täytä kaikkia *Social Club Group* -luokan reunaehtoja. Parempi määritelmä kerholle voisikin löytyä Slaterin seuraavasta kategoriasta *Public Members' Scheme*, joka vie ystävätoiminnan askelta järjestäytyneempään suuntaan. Tähän luokkaan kuuluvilla ryhmillä on oma, taideorganisaatiosta erillinen hallintonsa. Lisäksi niillä saattaa olla palkattua henkilökuntaa. Ryhmät pitävät yhteyttä tukemaansa organisaatioon, ja niillä voi olla edustajia sen johtokunnassa. Ryhmillä on laaja jäsenpohja, ja ne houkuttelevat aktiivisesti uusia jäseniä joukkoonsa. Ne auttavat organisaatiotaan keräämällä sille varoja ja pyörittämällä vapaaehtoistoimintaa.²⁵ Suomalaisista ystäväryhmistä *Public Members' Scheme* -luokkaan kuuluu esimerkiksi

²¹ Slater 2004, 254; 257–260.

²² Hill & Whitehead 2007, 13–14.

²³ Helsingin Teatterikerho ry 2020b.

²⁴ Helsingin Teatterikerho ry 2020a.

²⁵ Slater 2004, 257–260.

Mikkelin Teatterikerho ry. Kerho on perustettu vuonna 1949 ja sillä on noin 140 jäsentä.²⁶ Yhdistyksen tarkoituksena on tukea teatteritaidetta ja lähentää teatteria ja yleisöä toisiinsa. Niinpä se esimerkiksi jakaa Mikkelin Teatterin näyttelijöille ja muulle henkilöstölle stipendejä. Lisäksi se pyörittää teatterin tiloissa kahvila- ja ravintolatoimintaa.²⁷ Kerhon puheenjohtaja Irene Purtonen mukaan seura toimii tiiviissä yhteistyössä teatterin kanssa. ”Teatterikerhomme on Mikkelin Teatterin Kannatusyhdistyksen jäsen, ja puheenjohtajalla tai hallituksen valtuuttamalla henkilöllä on oikeus osallistua kannatusyhdistyksen vuosikokoukseen”, hän kertoo. ”Muutenkin voimme kokousta yhteisissä asioissa. Yhteinen tavoitteemme on antaa vieraillemme kokonaisvaltainen ja hyvä teatterikokemus.”²⁸

Helsingin Teatterikerho ei linkity suoraan mihinkään yksittäiseen teatteriin, joten se jää *Public Members’ Scheme* -määritelmän ulkopuolelle. Se ei myöskään sovi Slaterin viimeiseen luokkaan, *Integrated Members’ Scheme*, joka koostuu pääasiassa taideorganisaatioiden itse pyörittämisestä, ammattimaisesti johdetuista ohjelmista ja ryhmistä. Niinpä kerhoa ei käsitellä tämän tarkemmin. *Integrated Members’ Scheme* -luokkaan kuuluvien ryhmien toiminnasta vastaa Slaterin mukaan esimerkiksi markkinointiosasto tai sitten tehtävää varten on perustettu oma erillinen yksikkönsä. Fokus on siirtynyt vapaaehtoistoiminnasta kohti varainkeruuta. Organisaatiot pyrkivät tunnistamaan ”arvokkaimmat” jäsenet eli ne henkilöt, joiden kukkaronnyörit ovat erityisen höllässä, ja panostavat heihin tarjoamalla heille muun muassa räätälöityjä etuja.²⁹ Tämä näkyy selkeästi esimerkiksi Tero Saarinen Companyn ystäväohjelmassa, johon liittymällä tulee samalla ryhtyneeksi tanssiryhmää pyörittävän Into liikkeessä ry:n jäseneksi. Tanssiryhmän ystäväohjelmassa jäsenyys on jaettu neljään portaaseen: Kaveri-, Ystävä-, Tukija- ja Circle of Patrons -tasoon. Jäsenmaksu ja edut kasvavat sitä mukaa mitä korkeammalle tasolle henkilö ohjelmassa kipuaa. Kavereille ja ystäville on tarjolla lähinnä tietoa ja tarjouksia. Tukijat saavat jo kutsuja ensi-iltoihin sekä nimensä käsiohjelmiin. ”Mesenaattirenkaan” jäsenet räjäyttävät koko potin. He saavat esimerkiksi suoran yhteyden organisaation johtoon ja heitä hemmotellaan vain heille tarkoitetuilla tilaisuuksilla. Ystäväohjelman hintahaitari on huikea. Alimman tason edut irtoavat 35 eurolla vuodessa. Ylimmän tason jäsenmaksu on peräti 5 000 euroa vuodessa.³⁰ Tero Saarinen Company järjestää myös kaikille avoimia harjoituksia. Erikoista tilaisuuksissa

²⁶ I. Purtonen, sähköposti 22.3.2019.

²⁷ Mikkelin Teatterikerho 2020a.

²⁸ I. Purtonen, sähköposti 22.3.2019.

²⁹ Slater 2004, 257–260.

³⁰ Tero Saarinen Company 2020.

on se, että ne ovat maksullisia. Esimerkiksi Breath-teoksen harjoituksiin myytiin keväällä 2018 lippuja 10 ja 20 euron hintaan.³¹ Varsinaisiin esityksiin liput maksoivat 25–48 euroa.³²

Liz Hill ja Brian Whitehead ovat piirtäneet Alix Slaterin jaottelun pohjalta kaavion, jossa kuvataan luokille tyypillisiä piirteitä. Pelkistetty tulkinta kuviosta, taulukko 1, löytyy ohesta. *Social club membership schemes* ja *Integrated membership schemes* edustavat kuviossa ääripäitä. *Public membership schemes* sisältää piirteitä molemmista luokista.³³

TAULUKKO 1: Hillin ja Whiteheadin kaavio perustuu Alix Slaterin ja Deborah Hayesin artikkeliin From 'Social Club' to 'Integrated Membership Scheme': Developing Membership Schemes Strategically.

Social club membership schemes	Public membership schemes	Integrated membership schemes
Yksi jäsenyyden taso		Eri jäsenyyden tasoja
Sosiaalisia tavoitteita		Taloudellisia tavoitteita
Toimintaa pyörittävät vapaaehtoiset		Ammattimainen johto
Eksklusiivinen		Jäsenyys avointa kaikille
Tuloksellisuus ei arvioitavissa		Tulokset ja tehokkuus arvioitavissa
Irrallinen taustaorganisaatiosta		Elimellisesti yhteydessä taustaorganisaatioonsa
Paino ”pehmeissä” eduissa		Paino ”kovissa” eduissa

Slaterin esittelemä malli tarjoaa hyvän lähtökohdan teattereiden ystäväohjelmien jaotteluun. Käytännössä työ ei kuitenkaan ole helppoa. Syy on, kuten pohjoisenglantilaisten teattereiden ystäväohjelmiin perehtyneet Helen Bussell ja Deborah Forbes asian ilmaisevat, siinä, että ystäväryhmät eroavat suuresti toisistaan.³⁴ Toisin kuin Slater, Bussell ja Forbes jakavat teattereiden jäsenohjelmat kahteen luokkaan. Ystäväohjelmat (*friends schemes*) ovat heidän mukaansa jäsenten itsensä johtamia hankkeita, joiden tavoitteena on sekä syventää teatterikokemusta että tukea taideorganisaatiota esimerkiksi vapaaehtoistoiminnan ja varainkeruun kautta. Ryhmät koostuvat keskenään samanmielisistä ihmisistä, joille taloudellisia etuja tärkeämpiä asioita ovat yhteisöllisyys sekä mahdollisuus auttaa teatteria täyttämään omat tavoitteensa. Uskollisuusohjelmat (*loyalty schemes*) ovat puolestaan teattereiden itsensä johtamia ohjelmia, joiden tarkoituksena on kasvattaa tuloja ja kävijämääriä. Niiden jäseneksi voi liittyä kuka tahansa maksamalla jäsenmaksun. Yhteisöllisyyden sijasta ohjelmien anti rajoittuu etuihin ja tarjouksiin, jotka ovat sitä parempia, mitä enemmän henkilö käyttää teatteriin rahaa.³⁵ Näin ollen teattereiden

³¹ Tanssin Tiedotuskeskus 2018.

³² Tampere-talo 2018.

³³ Hill & Whitehead 2007, 10.

³⁴ Bussell & Forbes 2006, 47.

³⁵ Emt., 45.

uskollisuusohjelmat muistuttavat kauppaketjujen suosimia kanta-asiakasohjelmia, joissa ahkerimmat kortin käyttäjät saavat parhaimmat alennukset. Oxfordin yliopiston markkinointisanakirjan mukaan englanninkielinen termi *loyalty scheme* viittaa ohjelmiin, joiden tarkoituksena on houkutella henkilö vakituiseksi asiakkaaksi tarjoamalla hänelle etuja ja alennuksia. Niihin turvaudutaan yleensä silloin, kun yritys tai brändi ei kykene muutoin erottumaan kilpailijoistaan.³⁶ Garth Hallberg mainitsee 1980-luvulla alkunsa saaneet lentoyhtiöiden kanta-asiakasohjelmat malliesimerkkinä uskollisuusohjelmista. Niissä uskolliset asiakkaat voidaan palkita esimerkiksi ilmaisilla lennoilla tai muita paremmalla palvelulla.³⁷

Seija Bergströmin ja Arja Leppäsen mukaan uskollisuusohjelmat voivat olla joko tuotteistettuja tai tuotteistamattomia. Tuotteistetut ohjelmat ovat julkisia, kaikille avoimia ja niillä on tarkat säännöt. Tuotteistamattomissa eli hiljaisissa ohjelmissa edut tulevat asiakkaille usein yllätyksenä.³⁸ Suomalaisten teattereiden jäsenohjelmat ovat pääsääntöisesti tuotteistettuja. Niissä uskollisia asiakkaita palkitaan muun muassa alennuksilla ja eksklusiivisilla tarjouksilla. Tampereen Teatterin kanta-asiakkaat esimerkiksi saavat alennusta sekä pääsylipuista että Keittiömestarin illallisbuffetista. Lisäksi heille postitetaan kausiesitteet kotiin ja he saavat kutsuja yhteisille retkille.³⁹ Slaterin *Social Club Group* ja *Public Members' Scheme* sijoittuvat Busselin ja Forbesin mallissa ystäväohjelmien alle. *Integrated Members' Scheme* rinnastuu uskollisuusohjelmiin.

Liz Hill ja Brian Whitehead sijoittavat ystäväohjelmat termin *jäsenohjelma* alle.

Ystäväohjelmien sisäkäsitteitä ovat heidän mukaansa muun muassa kannatusryhmät, sosiaaliset ryhmät sekä painostusryhmät. Ystäväohjelmien jäseniä yhdistää heidän mukaansa kiinnostus tiettyä organisaatiota tai projektia kohtaan. Kannatusryhmät muodostuvat esimerkiksi laulajien ja joukkueiden ympärille. Niihin liitytään pääasiassa siksi, että ryhmien kautta voi osoittaa yhteenkuuluvuutta muiden kannattajien kanssa, tavata samanmielisiä ihmisiä sekä saada erilaisia etuoikeuksia. Sosiaaliset ryhmät syntyvät Hillin ja Whiteheadin mukaan yleensä harrastustoiminnan ympärille. Lähtökohtana toimii ajatus siitä, että ryhmän

³⁶ Doyle 2011.

³⁷ Hallberg 2003, 231.

³⁸ Bergström & Leppänen 2015, 437.

³⁹ Tampereen Teatteri 2020.

kautta on helpompi nauttia omasta intohimostaan.⁴⁰ Jääkiekkoa on esimerkiksi miellyttävämpi pelata yhdessä kuin yksin ja elokuvista keskustella ihmisten kanssa seinien sijaan.

Jäsenohjelmat Hill ja Whitehead määrittelevät mekanismiksi, jolla saatetaan keskenään samanmieliset ihmiset yhteen.⁴¹ Jäsenohjelmien muoto ja tyyppi vaihtelevat käyttötarkoituksen mukaan: Jotkin ovat avoimia kaikille, joissain jäsenille on asetettu tiukat kriteerit. Jotkin linkittyvät tiukasti tiettyyn organisaatioon, toiset syntyvät jonkin päämäärän tai aktiviteetin ympärille. Jotkin ovat muodoltaan hyväntekeväisyysjärjestöjä, jotkin kaupallisia toimijoita, toiset lähinnä kerhoja. Olivatpa jäsenohjelmat millaisia tahansa, niitä yhdistää Hillin ja Whiteheadin mukaan kaksi asiaa: Ne tarjoavat jäsenilleen aineellisia ja/tai aineettomia etuja. Lisäksi niihin liittyminen vaatii aina tietoista päätöstä.⁴²

Perinteisesti jäsenryhmät ovat saaneet Hillin ja Whiteheadin mukaan alkunsa pienen, asialleen omistautuneen joukon intohimosta: ihmiset ovat alkaneet työskennellä itselleen tärkeän asian tai organisaation eteen. Toiminnan laajentuessa ryhmät ovat muuttuneet muodollisemmiksi ja niitä on alettu johtaa aiempaa ammattimaisemmin. Järjestäytyminen on kaksikon mukaan tärkeää, sillä perustajajäsenten jättäytyessä taka-alalle toiminnan jatkuminen joutuu vaakalaudalle. Nykyään yhä useammat organisaatiot perustavat itse jäsenohjelmia osana markkinointi- tai kehitystoimintaa. Joutuessaan kehittämään uusia tulovirtoja niistä on tullut aiempaa markkinaorientoituneempia, ja ne ovat alkaneet tunnistaa, mitä hyötyä sitoutuneista kannattajista on niille. Kaksikko kirjoittaa, että jäsenohjelmien määrä on kasvanut huomattavasti 1990-luvulta lähtien.⁴³ Arts & Businessin selvityksen mukaan vuonna 2010 Isossa-Britanniassa liki kolmasosalla kaikista taidelaitoksista oli jo oma ystävähjelma.⁴⁴

⁴⁰ Hill & Whitehead 2007, 1–3.

⁴¹ Emt., 1.

⁴² Emt., 4–5; 8.

⁴³ Emt., 5–6.

⁴⁴ Mermiri 2010, 5.

1.2 Toimivan ohjelman tunnusmerkkejä

Helen Bussellin ja Deborah Forbesin mukaan ystäväohjelmat ovat monella tapaa hyödyllisiä. Ne esimerkiksi auttavat teattereita ymmärtämään asiakkaitaan paremmin, jolloin kävijäkunnan segmentointi ja markkinointiviestien räätälöinti helpottuvat. Ohjelmien avulla asiakkaita voidaan myös sitouttaa entistä vahvemmin toimintaan, jolloin heistä saattaa tulla jossain vaiheessa lahjoittajia. Ihmisten samaistumista organisaatioon ja heidän haluaan ryhtyä sen tukijoiksi voidaan edistää Bussellin ja Forbesin mukaan tarjoamalla heille mahdollisuus solmia sosiaalisia suhteita organisaatioon. Tämä ruokkii jäsenten kiintymystä sitä kohtaan.⁴⁵ Aito innostus onkin avainasemassa, kun teatteri tavoittelee toimivaa jäsenohjelmaa. Roger Tomlinson ehdottaa Journal of Arts Marketing -lehdessä julkaistussa artikkelissa *Fans not fiends*, että teattereiden tulisi ottaa mallia urheilusta ja panostaa ystävien sijasta faneihin. Näin siksi, että fanit omistautuvat asialleen koko sydämellään. He saattavat toki moittia omaa joukkuettaan umpisurkeaksi ja kritisoida sitä kovaan ääneen, mutta seuraavat silti uskollisesti sen jokaista peliä. Teatterin ystävät toimivat toisin. Ääritapauksessa he voivat olla jopa muita kävijöitä konservatiivisempia ja muutosvastaisempia katsojia. Tomlinsonin mukaan vannoutuneet teatterin ystävät saattavat suhtautua uuteen sisältöön muita kriittisemmin ja jättää katsomatta sellaisia sisältöjä, jotka poikkeavat teatterin totutusta linjasta.⁴⁶ Hittimusikaali voi siis karkottaa monologiin ystävät ja päinvastoin. Näin ollen ystävätoiminta saattaa pahimmassa tapauksessa toimia itseään vastaan ja karkottaa kävijöitä.

Harvalla suomalaisteatterilla on niin vahvaa brändiä, että se itsessään riittäisi takaamaan täydet katsomot. Useimmiten fanitus liittyy organisaation sijasta henkilöön, kuten käsikirjoittajaan, ohjaajaan tai näyttelijään. Käytännön esimerkki löytyy sosiaalisesta mediasta: siinä missä Helsingin Kaupunginteatterilla on Instagramissa alle yhdeksän tuhatta seuraajaa⁴⁷, Mikko Leppilammella on heitä liki kuusikymmentä tuhatta.⁴⁸ Toisaalta myös yksittäisten teosten ympärille voi syntyä oma fanikulttuurinsa. Näin kävi muun muassa *Tanz der Vampire* -musikaalille (suomeksi *Vampyyrien tanssi*), joka sai ensiesityksensä Itävallassa vuonna 1997. Esitykselle on nykyään omistettu useampikin fanisivu.⁴⁹ Kun teosta esitettiin Helsingin Kaupunginteatterissa vuonna 2016, yleisössä oli faneja, jotka kertoivat kiertävänsä

⁴⁵ Bussell & Forbes 2006, 40.

⁴⁶ Tomlinson 2011, 16.

⁴⁷ Helsingin Kaupunginteatteri 2020b.

⁴⁸ Leppilampi 2020.

⁴⁹ *Cursed Soul* löytyy osoitteesta <http://tdv.written-sins.org/>.

ympäri maailmaa katsomassa kaikki musikaalin näyttämösovitukset. Kielimuuri ja pitkä välimatka eivät olleet heille esteitä saapua paikalle nauttimaan esityksestä.

Teattereiden kannatusohjelmissa on Tomlinsonin mukaan keskitytty liikaa kaupalliseen puoleen ja korostettu jäsenille tarjottavia rahallisia etuja sen sijaan, että niissä painotettaisiin yhteisöllisyyttä ja elämyksellisyyttä. ”Subscriptions usually emphasise the savings, and even the reduction of risk, rather than the passport to opportunities for enjoyment”, Tomlinson kirjoittaa.⁵⁰ Jotta teatterit saisivat ystävien sijasta faneja, niiden tulisi löytää henkilöitä, jotka ovat kiinnostuneita teattereiden tekemisistä ja jotka jakavat niiden arvot. Fanit puhuvat innostuneesti organisaatiostaan ja puolustavat sitä tarpeen vaatiessa. He ovat myös valmiita käyttämään rahaa päästäkseen lähemmäksi organisaatiota ja tapaamaan siellä työskenteleviä ihmisiä.⁵¹ Yritysten ja taideorganisaatioiden välisen yhteistyön kehittämiseen keskittynyt Business to Arts on samoilla linjoilla Tomlinsonin kanssa. Se kehottaa miettimään tarkkaan, millaisia etuja taideorganisaatio jäsenilleen myöntää. Erilaiset tarjoukset ja mahdollisuus lunastaa liput suosittuihin tapahtumiin ennen muita ovat sivuston mukaan taloudellinen ja tehokas tapa sitouttaa ihmisiä. Jäsenten tunneperäiset syyt sitoutua organisaatioon sekä heidän tuntemansa aito uskollisuus sitä kohtaan voivat kuitenkin tallautua rahallisen hyötyajattelun jalkoihin. Sivusto kehottaakin testaamaan etuja ensin pienemmillä kohderyhmillä, jotta niiden toimivuus saadaan varmistettua.⁵²

Bussellin ja Forbesin mukaan menestyneet ystäväohjelmat ovat ammattimaisesti johdettuja, itsenäisiä organisaatioita, joilla on omat, selkeät päämääränsä. Tästä huolimatta ne ovat tilivelvollisia tukemalleen teatterille ja tekevät tiivistä yhteistyötä sen kanssa. Ne ovat avoimia muutoksille ja toivottavat uudet jäsenet tervetulleiksi.⁵³ Kuppikuntaisuus ja jäykkyys loistavat poissaolollaan. Sarah Geen mukaan valtaosaa menestyneistä ystäväjärjestöistä johdetaan taidelaitosten sisältä ja niiden jäsenmaksut ohjataan suoraan taidelaitosten tileille.⁵⁴ Ystäväklubilaisten itse pyörittämissä organisaatioissa on hänen mukaansa uhkana, etteivät niiden ja tuettavan kohteen tavoitteet kohtaa. Erillisten ystäväorganisaatioiden suurin heikkous liittyy Geen mukaan rahoitukseen: Siinä missä ystäväjärjestöjen ylläpitokustannukset lankeavat usein taideorganisaatioiden harteille, niiden jäsentulot ohjataan järjestöjen omille tileille. Tämä voi johtaa ristiriitoihin, jos järjestöt saavat itse

⁵⁰ Tomlinson 2011, 16.

⁵¹ Emt., 17.

⁵² Business to Arts 2020.

⁵³ Bussell & Forbes 2006, 48.

⁵⁴ Gee 2011, 10.

päättää, miten ne varansa käyttävät. Gee antaa esimerkin ystäväjärjestöstä, jonka jäsenet päättivät ostaa krikettijoukkueelleen uudet varusteet sen sijaan, että he olisivat auttaneet talousvaikeuksissa olevaa taideorganisaatiotaan.⁵⁵ Myös Bussell ja Forbes kirjoittavat ystäväryhmistä, jotka ovat vieraantuneet alkuperäisestä tehtävästään.⁵⁶

⁵⁵ Gee 2011, 10.

⁵⁶ Bussell & Forbes 2006, 44.

1.3 Suo nimeltä sitouttaminen

Ystävähjelmien voi katsoa kuuluvan osaksi suhdemarkkinointia. Suhdemarkkinoinnissa markkinointia tarkastellaan nimen mukaisesti suhteina, verkostoina ja vuorovaikutuksena. Siinä kiinnostuksen kohteina ovat yksilöt sekä samanhenkisten ihmisten muodostamat ryhmät.⁵⁷ Suhdemarkkinointi perustuu ajatukselle, jonka mukaan asiakkaat pyritään pitämään mahdollisimman uskollisena yritykselle. Tavoitteena on järjestely, joka hyödyttää sekä yksilöä että yritystä itseään.⁵⁸ Koska suomalaisten teattereiden käyttämät sitouttamiskeinot ovat keskenään hyvin erilaisia ja niistä käytettävä termistö muodostaa upottavan rämeikön, on aiheellista käydä läpi, mitä tässä työssä tarkoitetaan sellaisilla termeillä kuin **yleisötyö**, **kanta-asiakkuus** ja **kannattajajäsenyys**, ja miten ne eroavat ystävätoiminnasta, jos eroavat.

Suomalaisten taidelaitosten harjoittamaa yleisötyötä on käsitelty muun muassa Cuporen julkaisemassa *Taide- ja kulttuurilaitosten yleisötyön muodot, laajuus ja tuloksellisuus* -selvityksessä. Kuten Outi Sivonen raportissa toteaa, taidelaitosten käsitykset siitä, mitä yleisötyöllä käytännössä tarkoitetaan, eroavat suuresti toisistaan.⁵⁹ Termillä voidaan viitata niin markkinoinnillisiin, kasvatuksellisiin kuin vaikkapa taiteellisiin toimiin. Cuporen tutkimuksessa yleisötyö määriteltiin ”toimenpiteiksi, joiden tavoitteena on yksilön tiedollisia ja tunnepitoisia valmiuksia kehittämällä perehdyttää eri kohderyhmiä taide- ja kulttuurilaitoksiin ja edistää siten osallistumista näiden laitosten perustehtävän toteuttamiseksi tuotettuihin esityksiin ja tilaisuuksiin”.⁶⁰ Selvityksen mukaan yleisötyön ajatellaan lisäävän taideorganisaation tunnettuutta ja tarjoavan niille pääsyn uusien yleisöryhmien äärelle. Eri tapahtumat, kuten keskustelutilaisuudet ja työpajat, toimivat markkinointikanavina, joiden kautta ihmiset saavat tietoa sekä laitoksesta itsestään että sen ohjelmistosta. Yleisötyö myös syventää katsojien ymmärrystä organisaation edustamasta taiteen alasta ja sitouttaa heitä laitoksen toimintaan. Vastaavasti organisaatio saa keskusteluyhteyden yleisöön ja pääsee vastaanottamaan siltä palautetta.⁶¹ Vakiintuneimpiin yleisötyön muotoihin kuuluvat tutkimuksen mukaan muun muassa erilaiset ohjelmisto- ja taiteilijaesittelyt, keskustelutilaisuudet ja opaskierrokset.⁶² Kokkolan kaupunginteatterissa yleisöllä on esimerkiksi mahdollisuus seurata esitysten avoimia harjoituksia.⁶³

⁵⁷ Gummesson 2004, 17; 32.

⁵⁸ Blomqvist, Dahl & Haeger 1993, 116; Gummesson 2004, 38.

⁵⁹ Sorjonen & Sivonen 2015, 25.

⁶⁰ Emt., 22.

⁶¹ Emt., 94.

⁶² Emt., 95.

⁶³ Kokkolan kaupunginteatteri 2017.

Yleisötyö on satsaus tulevaisuuteen, sillä sen uskotaan lisäävän kävijämääriä ja vaikuttavan suotuisesti taidelaitosten talouteen.⁶⁴ Sitä, pitääkö oletus paikkansa, on tutkittu Cuporen selvityksessä tarkastelemalla vuosina 2006–2010 valtionosuuslain piirissä olevien teattereiden, orkestereiden ja museoiden toimintakertomuksia ja tilinpäätöksiä. Aineiston regressioanalyysi⁶⁵ paljasti, että kaikille avoimien tapahtumien järjestäminen näkyi teattereissa kävijämäärän kasvamisena seuraavana vuonna. Yleisötyön vaikutus käyntimääriin oli kuitenkin melko vähäistä, eikä sen lisääminen johtanut käyntien lisääntymiseen. Tutkijoiden mukaan yksi syy heikkoon tulokseen saattaa löytyä siitä, että yleisötyöhön panostetaan erityisesti silloin, kun kävijämäärät kääntyvät laskuun.⁶⁶ Kyse on siis pikemminkin havaintoharhasta kuin siitä, että yleisötyöllä ei olisi vaikutusta. Yleisötyö on tulppa, joka estää ammetta tyhjentymästä. Erillisten tapahtumien määrällä mitattuna VOS-teattereiden puolella yleisötyön järjestämisessä kunnostautuivat Teatteritilastojen mukaan vuonna 2018 erityisesti Zodiak, Tanssiteatteri Hurjaruuth sekä Helsingin Kaupunginteatteri. Niistä jokainen järjesti pitkälti yli viisisataa yleisötyöksi laskettavaa tapahtumaa. Mikäli mittatikuksi otetaan tapahtumien osallistujamäärät, yleisötyön kuninkaita olivat Rovaniemen Teatteri, Ahaa Teatteri ja Kajaanin kaupunginteatteri, jotka houkuttelivat tapahtumiinsa kukin yli 18 000 ihmistä.⁶⁷ Kaikkiaan VOS-teattereiden, Kansallisoopperan, Kansallisteatterin ja rahoituslain ulkopuolisten teattereiden järjestämään yleisötyöhön osallistui vuonna 2018 liki 362 000 ihmistä.⁶⁸

Yleisötyö on yleensä maksutonta, eikä se vaadi osallistujilta sitoutumista. Näin ollen kävijäkunta voi vaihdella eri tilaisuuksien välillä suuresti. Kanta-asiakas- ja kannattajajäsenohjelmat vievät sitouttamistoimet askelta pidemmälle. Kielitoimiston sanakirja määrittelee kanta-asiakkaan vakituiseksi asiakkaaksi.⁶⁹ Kanta-asiakasohjelmilla tarkoitetaan puolestaan toimenpiteitä, joiden avulla asiakkaat yritetään houkutella palaamaan yhä uudestaan ja uudestaan yrityksen luo sen sijaan, että he käyttäisivät kilpailijoiden palveluita. *Suhdemarkkinointi*-kirjan mukaan kanta-asiakaskerhoista tulee asiakkaiden silmissä kiinnostavia silloin, kun niistä odotettavissa olevat hyödyt ovat suuremmat kuin niiden vaatimat kustannukset. Taloudellisten etujen, kuten alennusten ja tarjousten, ohella kerhot

⁶⁴ Sorjonen & Sivonen 2015, 13.

⁶⁵ Regressioanalyysistä enemmän esimerkiksi Kimmo Vehkalahden teoksessa *Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät* 2008, sivu 124.

⁶⁶ Sorjonen & Sivonen 2015, 96–97.

⁶⁷ Helavuori & Volmari 2019, 74.

⁶⁸ Emt., 16.

⁶⁹ Grönros, Haapanen, Heinonen, Joki, Nuutinen & Vilkamaa-Viitala 2007, 446.

voivat tarjota jäsenilleen esimerkiksi lisäpalveluita.⁷⁰ Evert Gummessonin mukaan aito jäsenyys ei tähtää ensisijaisesti voiton tavoitteluun, vaan on esimerkiksi ideologista. Mikäli kuka tahansa voi liittyä kerhon tai yhteisön jäseneksi helposti esimerkiksi maksamalla jäsenmaksun, kyseessä on valejäsenyys.⁷¹ Muovista kanta-asiakaskorttia heiluttavat taiteen ystävät ovat siis vain näennäisesti teatterin jäseniä. Sama pätee kannattajajäseniin.

Kielitoimiston sanakirja määrittelee kannattajat jonkin asian tai organisaation tukijoiksi ja puolestapuhujiksi. Kannatusyhdistyksellä tarkoitetaan Kielitoimiston sanakirjan mukaan yhdistystä, joka tukee taloudellisesti jotain organisaatiota, kuten seuraa tai oppilaitosta. Kannattajajäsenet ovat puolestaan jotain muuta kuin yhdistysten varsinaiset jäsenet.⁷² Esimerkiksi Teatteri Jurkassa kannattajajäseniltä puuttuu oikeus äänestää yhdistyksen kokouksissa.⁷³ Teattereista puhuttaessa kannattajajäsenyydellä tarkoitetaan useimmiten taloudellisen tuen antamista teatterille.

Perehtyminen Suomen teatterikenttään paljastaa, että kotimaisten teattereiden sitouttamisstrategiat voidaan jakaa neljään luokkaan sen mukaan, miten paljon ne vaativat asiakkaalta omaa aktiivisuutta ja rahallista panosta ja miten voimakkaasta sitouttamisesta niissä on kyse. Luokat on esitelty alla olevassa taulukossa.

TAULUKKO 2: Teattereiden sitouttamisstrategiat tyyppin mukaan.

Mikä	Avoimet tilaisuudet	Uutiskirje/ postituslistat	Kanta-asiakkuus	Kannatusjäsenyys /varsinainen jäsenyys
Hinta	maksuton	maksuton	maksuton	maksullinen
Vaatii rekisteröitymi- sen	ei	kyllä	kyllä	kyllä
Kesto	kertaluonne	jatkuva	jatkuva	vähintään vuosi
Sisältö	Esim. teosesittely, tekijätapaaminen, avoimet harjoitukset.	Tietoa tulevista esityksistä ja tilaisuuksista, tarjouksia, kutsuja tapahtumiin.	Alennuksia, uutiskirjeitä, kanta- asiakasiltoja.	Uutiskirjeitä, pääsy sisäpiiriin, eksklusiiviset tilaisuudet.

⁷⁰ Blomqvist, Dahl & Haeger 1993, 128–130.

⁷¹ Gummesson 2004, 152.

⁷² Grönros ym. 2007, 438.

⁷³ Teatteri Jurkka 2020.

Ensimmäisen kategorian muodostavat kaikille avoimet, maksuttomat tilaisuudet, kuten teosesittelyt. Niihin osallistuminen ei edellytä asiakkaalta erityistoimia tai henkilötietojen luovuttamista. Riittää, että osaa ilmaantua paikalle. Seuraava kategoria vaatii jo vähän vaivaa. Liittyessään postituslistalle asiakkaan täytyy luovuttaa teatterille omat yhteystietonsa. Vastineeksi hän saa kotiinsa tai sähköpostiinsa tietoa tulevista tapahtumista sekä usein erilaisia tarjouksia. Kolmas luokka, kanta-asiakasohjelmat, vie sitouttamisen askeleen verran pidemmälle. Kanta-asiakas voi esimerkiksi saada jäsenkortin, jota vilauttamalla hän pääsee nauttimaan vain kanta-asiakkaille suunnatuista eduista. Etuihin voi sisältyä pääsy muilta suljettuihin tilaisuuksiin, jotka luovat jäsenille vaikutelman erityisyydestä ja yhteenkuuluvuudesta – olen osa valittua joukkoa.

Siinä missä kanta-asiakasohjelmat ovat pääsääntöisesti maksuttomia, neljäs luokka, kannatusjäsenyys ja varsinainen jäsenyys, vaatii rahallista panosta. Suomalaisissa teattereissa vuosijäsenyys irtoaa keskimäärin parillakymmenellä eurolla. Halvimmat hinnat löytyvät Unga Teaternilta sekä Vaara-kollektiivilta, joissa jäsenet voivat itse määritellä jäsenmaksunsa suuruuden. Teatteri Toivolla kannattajajäsenyyden hinnat lähtevät sadasta eurosta ylöspäin. Maailmalla jäsenmaksuissa ei kursailla. New Yorkissa toimiva Manhattan Theatre Club esimerkiksi veloittaa alle neljäkymmentävuotiailta kannatusjäseniltään (young patrons) vuosimaksuja, joiden suuruudet vaihtelevat 250 dollarista 3 000 dollariin.⁷⁴ Yli 39-vuotiaille tarkoitetun kannatusohjelman jäsenhinnat liikkuvat kolmesta tuhannesta dollarista ylöspäin. Ylin taso, Director, maksaa peräti 25 000 dollaria (reilut 24 000 euroa). Keski-ikäisten hyväntekijöiden etuihin kuuluu muun muassa pääsy VIP-tiloihin sekä kutsuja eri tilaisuuksiin.⁷⁵ Suomalaisista vastineistaan yhdysvaltalainen ohjelma eroaa hintansa ohella siinä, että jokaisen tason kohdalla on erikseen ilmoitettu, kuinka monen dollarin arvosta siihen sisältyy etuja. Näin ollen jäseneksi mielivä näkee suoraan, miten paljon liittyminen hyödyttää teatteria ja häntä itseään.

Eri sitouttamistoimien sisällöt ja tavoitteet risteävät usein toistensa kanssa. Niinpä rajanveto niiden välillä on haasteellista. Lisäksi teattereiden käytännöt eroavat suuresti toisistaan. Se, mikä toisaalla kuuluu vain pienelle piirille, voi toisaalla olla kaikkien ulottuvilla. Esimerkkinä tästä voidaan mainita tekijätapaamiset. Kansallisteatterissa kuka tahansa voi tulla maksutta kuuntelemaan taiteilijoiden mietteitä teoksista.⁷⁶ Kajaanin kaupunginteatterissa

⁷⁴ Manhattan Theatre Club 2020a.

⁷⁵ Manhattan Theatre Club 2020b.

⁷⁶ Kansallisteatteri 2020b.

keskustelutilaisuudet on rajattu koskemaan tukijäseniä.⁷⁷ Myös ohjelmien nimet tuottavat päänvaivaa. Tampereen Teatterissa kanta-asiakkaille on oma ohjelmansa ja klubikorttinsa.⁷⁸ Seinäjoen kaupunginteatterissa kanta-asiakkuus tarkoittaa uutiskirjeen tilaamista.⁷⁹ Oman lukunsa asiakkaiden sitouttamistyössä muodostavat teatteriasiamiehet ja -agentit, jotka toimivat teattereiden palkattomina myyntitykkeinä. Heitä käsitellään luvussa 1.5.2.

Seuraavassa taulukossa esitellään eri sitouttamistoimien yleisyyttä suomalaisissa teattereissa. TINFO:n teatterihausta löytyy 58 VOS-järjestelmän piiriin kuuluvaa teatteria (lukuun on sisällytetty Suomen Kansallisteatteri) ja 182 rahoituslain ulkopuolista teatteria.⁸⁰ Vapaan kentän toimijoista lähempään tarkasteluun on otettu tässä ne 124 teatteria tai ryhmää, jotka toimivat aktiivisesti ja joilta löytyy toimivat verkkosivut. Kulttuuritalot ja yksittäiset taiteilijat on jätetty muutamaa poikkeusta lukuun ottamatta tarkastelun ulkopuolelle. Lista käsiteltävistä vapaan kentän toimijoista löytyy liitteestä 2.

Taulukon tiedot on kerätty teattereiden verkkosivuilta. Poikkeuksena on VOS-teattereiden yleisötyö-sarake. Sen tiedot on poimittu TINFO:n Teatteritilastosta.⁸¹ Vapaan kentän osalta yleisötyöksi on laskettu myös sellaiset kaikille avoimet ja maksuttomat tilaisuudet, joihin teatterit eivät itse viittaa sanalla yleisötyö. Muuten tietojen jaottelussa noudatetaan teattereiden itsensä käyttämiä määritelmiä. Mikäli teatteri esimerkiksi puhuu kanta-asiakasohjelmasta, toimenpide määritellään kanta-asiakasohjelmien alle. Poikkeuksena ovat ne kanta-asiakasohjelmat, jotka perustuvat pelkkään uutiskirjeen tilaamiseen. Ne luokitellaan uutiskirjeiden alle. Esimerkiksi Kansallisteatterin Ystävät⁸² on nimestään huolimatta tulkittu uutiskirjeeksi, sillä ystävyys on maksutonta eikä edellytä henkilöltä muuta kuin liittymistä postituslistalle. Ystäväryhmillä tarkoitetaan tässä yhteydessä teattereiden itsensä johtamia, kaikille avoimia klubeja tai kerhoja, joiden pyörittämistä varten ei ole perustettu erillistä yhdistystä. Nuorten näyttämöt eli nuorille suunnatut ryhmät, joissa osallistujat valmistavat ammattilaisten johdolla esityksiä, on rajattu määritelmän ulkopuolelle.

⁷⁷ Kajaanin kaupunginteatteri 2020.

⁷⁸ Tampereen Teatteri 2020.

⁷⁹ Seinäjoen kaupunginteatteri 2020.

⁸⁰ TINFO 2018.

⁸¹ Helavuori & Volmari 2019, 74.

⁸² Kansallisteatterin Ystäville luvataan lippu-, ravintola- ja tuotetarjouksia. Lisäksi ryhmän jäsenet pääsevät ostamaan elippuja ennen muita ja heille järjestetään kerran vuodessa ystäväilta, jossa keskustellaan teatterista ja taitteesta. Teatterilla on myös erityinen tekstiviestilista, johon kuka tahansa voi liittyä. Sen kautta teatteri lähettää viime hetken lipputarjouksia.

Taulukon tiedot on kerätty syksyllä 2017. Tietoja on päivitetty ja täydennetty maaliskuussa 2020. Lukuja tarkasteltaessa on hyvä huomata, etteivät kaikki teatterit mainosta ystäväryhmiä tai muita palveluita aktiivisesti sivuillaan. Niinpä luvut voivat olla todellisuudessa suuremmat.

TAULUKKO 3: Eri sitouttamiskeinojen yleisyys suomalaisissa teattereissa keväällä 2020.

Tyyppi	VOS + Kansallisteatteri (58)	Vapaa kenttä (124)
Uutiskirje	47	43*
Yleisötyö	54	59
Kanta-asiakasklubi	5**	0
Mahdollisuus ryhtyä teatteriasiamieheksi tai -agentiksi	7	0
Mahdollisuus ryhtyä teatterin kannatusjäseneksi	7	13
Mahdollisuus liittyä teatteria pyörittävän kannatusyhdistyksen jäseneksi***	6	4
Teatterilla erillinen ystäväyhdistys	10	1
Teatterilla epämuodollinen ystäväryhmä	1	0

* Varsinaisen uutiskirjeen sijasta Teatteri Totilla on käytössä matkapuhelimeen tilattava tekstiviesti.

** Mikäli mukaan lasketaan ainoastaan sellaiset kanta-asiakasohjelmat, joissa jäsenillä on käytössään kanta-asiakaskortit, ohjelmia on vain kolme.

*** Luvuista on jätetty pois ne teatterit, jotka tarjoavat mahdollisuutta liittyä teatterin varsinaiseksi jäseneksi, mutta joiden toiminnasta ei vastaa kannatusyhdistys.

1.4 Suomalaiset ystäväryhmät

Arts & Businessin tekemän selvityksen mukaan ystäväohjelmat ovat Isossa-Britanniassa useimmiten isojen tekijöiden huvia – mitä isompi organisaatio, sitä todennäköisemmin sillä on oma ystäväohjelma.⁸³ Suomessa on havaittavissa samankaltainen ilmiö. Kuten taulukosta 3 näkyy, ystävätoiminta on yleisempää rahoituslain piiriin kuuluvissa teatterissa kuin vapaalla kentällä. Tosin kovin yleistä se ei ole sielläkään. Mikäli ystäväohjelmilla tarkoitetaan tiukasti vain teattereiden itsensä pyörittämiä, kanta-asiakasklubeista eroavia ohjelmia tai teattereista irrallisia ystäväyhdistyksiä, ystäväohjelmia löytyy vain muutamalta teatterilta. Mikäli termin alle hyväksytään myös kanta-asiakasohjelmat, kannattajajäsenyydet sekä mahdollisuus liittyä teatteria pyörittävän kannatusyhdistyksen jäseneksi, luku kasvaa hieman.

Suomesta löytyy edellä mainittujen ohjelmien lisäksi itsenäisiä teatterikerhoja ja -ryhmiä, jotka eivät linkity suoranaisesti mihinkään yksittäiseen taideorganisaatioon, mutta jotka tukevat teatteritoimintaa yleisesti esimerkiksi tekemällä ryhmämatkoja teattereihin tai jakamalla apurahoja teatteritaidetta edistäville yksilöille ja yhteisöille. Pro gradu -tutkielman rajallisuuden vuoksi kyseisiä kerhoja ja klubeja ei käsitellä tässä tarkemmin.

1.4.1 Kannattajajäsenyydet

Suomessa selvästi yleisin tapa sitouttaa ihmisiä teattereiden toimintaan on tarjota heille mahdollisuus ryhtyä kannattajajäseneksi. Suuresta suosiosta on silti turha puhua. VOS-teattereista kannatusjäsenyyttä mainostaa sivuillaan vain noin 12 prosenttia toimijoista. Vapaalla kentällä luku on tätäkin pienempi, noin kymmenen prosenttia. VOS-teattereista kannattajajäsenyyttä tarjoavat useimmiten tanssiryhmät. Vapaalla kentällä ei ole havaittavissa samanlaista painotusta.

Henkilöjäsenten kannatusmaksut vaihtelevat teatterista riippuen nolasta eurosta aina useisiin satoihin euroihin. VOS-teattereilla kannatusmaksu on keskimäärin kolmekymmentä euroa, vapaalla kentällä noin neljäkymmentä.⁸⁴ Useimmiten jäseniä kiitetään tuesta lähettämällä heille tietoa organisaation toiminnasta ja esityksistä. Toinen suosittu tapa on antaa alennusta pääsylippujen hinnoista tai lähettää erikoistarjouksia. PerformanceSirkus tarjoaa

⁸³ Mermiri 2010, 35.

⁸⁴ Mukaan on otettu vain ne teatterit, jotka ilmoittavat jäsenmaksun vähimmäismäärän. Keskiarvo on laskettu perusjäsenyyden mukaan.

kannatusjäsenilleen ilmaisen pääsyn esityksiinsä.⁸⁵ Kannattajajäsenyyttä markkinoivat teatterit ja niiden tarjoamat edut esitellään taulukoissa, jotka löytyvät liitteistä 3 ja 6.

Kannatusjäsenten ohella teatterit voivat rekrytoida varsinaisia jäseniä. VOS-teattereista muun muassa Mikkelin Teatteri, Tanssiteatteri Eri, Tero Saarinen Company, Varkauden Teatteri ja Åbo Svenska Teater kelpuuttavat taustayhdistyksiinsä henkilöjäseniä. Vapaalla kentällä näin toimivat Klockriketeatern, Teater Hekate, Teatteri Avoimet Ovet sekä Teatteri-Traktori. Prosenteiksi käännettynä kannatusyhdistyksen jäsenyyttä tarjoaa noin yksitoista prosenttia VOS-teatterista ja noin kolme prosenttia vapaan kentän toimijoista. Jäsenyyden hinta vaihtelee kahdeksasta eurosta aina viiteen tuhanteen euroon saakka. Useimmiten se on kaksikymmentä euroa. Jäsenille tarjottavat edut ovat samantapaisia kuin kannattajajäsenillä: tiedotteita ja alennuksia. Tosin toisin kuin kannattajajäsenillä, varsinaisilla jäsenillä on myös oikeus osallistua yhdistysten kokouksiin. Yhdistysten tarjoamat edut on eritelty tarkemmin taulukoissa, jotka löytyvät liitteistä 4 ja 7.

1.4.2 Kanta-asiakasohjelmat

Yhdistysten jäsenyyden ohella suomalaiset teatterit mainostavat usein mahdollisuutta ryhtyä teatterin kanta-asiakkaaksi. Mikäli kanta-asiakkuudella tarkoitetaan pelkän uutiskirjeen tilaamisen sijasta erillistä klubia, jossa jäsenet saavat etuja jäsenkorttia näyttämällä, teatterikentältä löytyy kuitenkin vain muutama kriteerit täyttävä ohjelma. Niistä kaksi on käytössä Tampereella: Tampereen Komediateatteri pyörittää Komediaklubi nimistä kanta-asiakasohjelmaa. Siihen liittyminen on helppoa ja maksutonta – riittää, että ilmoittaa teatterille sähköpostiosoitteensa.⁸⁶ Tampereen Teatterissa kanta-asiakkaaksi pääseminen on jo hivenen mutkikkaampaa. Jäseneksi haluavan tulee käydä vähintään kolme kertaa vuodessa talon esityksissä ja saada suorituksistaan leimoja erityiseen klubipassiin. Kun passi on täynnä, se tulee vaihtaa viralliseen klubikorttiin. Kortin avulla kanta-asiakas saa muun muassa erikoistarjouksia ja alennuksia pääsylippujen hinnoista.⁸⁷

Ohjelmat ja niiden tarjoamat edut on esitelty tarkemmin taulukossa 4. Huomiolle pantavaa on, että kaikki taulukon teatterit ovat VOS-teattereita.

⁸⁵ Asikainen 10.3.2020.

⁸⁶ Tampereen Komediateatteri 2020.

⁸⁷ Tampereen Teatteri 2020.

TAULUKKO 4: Suomalaisen ammattiteatterien kanta-asiakasohjelmat.

Teatteri	Kaupunki	Tyyppi	Mikä	Edut	Erityistä
Kouvolan Teatteri ⁸⁸	Kouvola	Keskisuuri teatteri	Eturivikerho	Jäsenkirje kolmesti vuodessa, mahdollisuus ostaa etuhintaisia lippuja tiettyihin näytöksiin.	Eturivikerho lasketaan kanta-asiakasklubiksi, sillä Eturivikerhoon liittymisen sijasta asiakas voi tilata pelkän uutiskirjeen.
Lahden kaupunginteatteri ⁸⁹	Lahti	Täyskunnallinen, suuri teatteri	Aitiopaikka-klubi	Tietoa ja tarjouksia, mahdollisuus ostaa lippuja ennen muita.	Aitiopaikka lasketaan tässä yhteydessä kanta-asiakasklubiksi, sillä asiakas voi liittymisen sijasta tilata pelkän uutiskirjeen.
Tampereen Komediateatteri ⁹⁰	Tampere	Ryhmä- tai pienteatteri	Komediapassi	Joka neljäs lippu edullisemmin.	Passi on voimassa vuoden ensimmäisestä leimauksesta.
Tampereen Teatteri ⁹¹	Tampere	Suuri teatteri	Kanta-asiakasklubi	Tietoa ja tarjouksia, alennuksia lipuista ja Keittiömestarin illallisbuffetista, kausiesitteet kotiin postitettuna sekä mahdollisuus osallistua yhteisille retkille. Lisäksi Kulttuuriravintola Kiven klubiedut.	Jäseneksi haluavan on kerättävä ensin klubipassiin kolme leimaa. Tämän jälkeen passi vaihdetaan varsinaiseen klubikorttiin. Jäsenyys katkeaa automaattisesti, mikäli henkilölle ei kerry kahden näytäntövuoden aikana vähintään kolmea ostotapahtumaa.
Viirus ⁹²	Helsinki	Ryhmä- tai pienteatteri	Viirus vän	Tarjouksia ja alennuksia niin lipuista kuin baarin tuotteistakin, jäsenkirjeitä, 10 %:n alennus Ravintola Skøgulin lounaasta.	Jäsenkortti postitetaan kotiin.

⁸⁸ Kouvolan Teatteri 2020; T. Talasranta, sähköposti 10.3.2020.

⁸⁹ Lahden kaupunginteatteri 2020c.

⁹⁰ Tampereen Komediateatteri 2020.

⁹¹ Tampereen Teatteri 2020.

⁹² Viirus 2020.

Kuten taulukosta näkyy, edut ovat varsin samantapaisia kuin edellä esitetyissä jäsenohjelmissa. Suurin ero löytyy jäsenille koituvista kustannuksista: toisin kuin kannatusjäsenyys tai varsinainen jäsenyys, kanta-asiakasohjelmat ovat osallistujille maksuttomia.

1.4.3 Teatterista erilliset kannatusohjelmat

Teattereiden kanta-asiakasohjelmat, kannattajajäsenyydet sekä varsinaiset jäsenyydet kuuluvat Alix Slaterin jaottelussa luokkaan *Integrated Members' Scheme. Public Members' Scheme* -luokkaan kuuluvia, teattereista irrallisia ystäväyhdistyksiä ja -ryhmiä löytyy Suomesta vain muutamia. VOS-teattereiden puolella tällaisia toimijoita on kymmenen, vapaalla kentällä yksi. Ryhmille ominaisia piirteitä ovat yhteisöllinen painotus sekä se, että ne kelpuuttavat riveihinsä vain henkilöjäseniä. Lisäksi monet niistä myöntävät apurahoja ansioituneille teatterintekijöille. Lahden Teatterikerho ry esimerkiksi jakoi vuonna 2019 apurahoja peräti 20 000 euron arvosta.⁹³ Teatterikerhon jäsenet mainostavat Lahden kaupunginteatteria ja palkitsevat joka vuosi yhden ansioituneen teatterilaisen Iivari-patsaalla.⁹⁴ Patsaiden jako näyttää olevan ystäväyhdistyksissä muutenkin suosittua: Hämeenlinnan Teatterikerho esimerkiksi jakaa Aku-patsaita⁹⁵, Joensuun Teatterikerho Jokamies-patsaita⁹⁶ ja Kotkan Teatterikerho Valokiila-patsaita⁹⁷. Yhdistysten vuosimaksut liikkuvat kahdenkymmen molemmin puolin.

Koska jokaisen yhdistyksen läpikäyminen kävisi lukijan kannalta uuvuttavaksi, esittelen tässä vain neljä toimijaa. VOS-teattereiden puolelta olen poiminut mukaan kaksi yhdistystä, joilla on elimellinen yhteys taustaorganisaatioonsa, sekä yhden, teatterista erillisen toimijan. Vapaata kenttää edustaa Teatteri Avoimien Ovien ystävät ry. Tarkempi listaus VOS-teattereiden ystäväyhdistyksistä ja niiden ominaispiirteistä löytyy liitteestä 5.

Teatteri Kehä III:n ystävät ry

Teatteri Vantaa on vuonna 1986 perustettu teatteri, jonka pyörittämisestä vastaa Teatteri Vantaan kannatusyhdistys ry. Teatterin ystävätoiminta on eriytetty Teatteri Kehä III:n ystävät

⁹³ Lahden kaupunginteatteri 2020b.

⁹⁴ Lahden kaupunginteatteri 2020a.

⁹⁵ Hämeenlinnan Teatterikerho 2020a.

⁹⁶ Joensuun kaupunginteatteri 2020.

⁹⁷ Kotkan Teatterikerho 2018.

ry:lle. Ystäväyhdistyksen puheenjohtaja Matti Lahtisen mukaan yhdistyksen jäsenet ovat rinnastettavissa teatterin kannatusjäseniin, sillä heidän tavoitteenaan on tukea teatteria sekä taloudellisesti että toiminnallisesti. Teatterin ystävät hoitavat esimerkiksi jäsenpostitukset, joihin kuuluu muun muassa jäsentiedote 3–4 kertaa vuodessa. Yhdistys tekee myös yhteistyötä teatterin kanssa. ”Yhdessä teatterin kanssa suunnitellaan ja toteutetaan erilaisia tapahtumia, teatteriretkiä yms.” Lahtinen kertoo.⁹⁸ Yhdistyksen ja teatterin yhteistyö on järjestetty siten, että teatterin johtaja on ystäväyhdistyksen hallituksen jäsen ja yhdistyksen varapuheenjohtaja. Ystäväyhdistyksen puheenjohtaja on puolestaan teatterin hallituksessa ulkopuolisena asiantuntijajäsenenä. Näin molemmat tahot ovat edustettuina molempien yhdistysten vuosikokouksissa. ”Ystävät-yhdistyksen jäseninä on myös teatterin muuta henkilökuntaa ja heillä on oikeus osallistua Ystävien vuosikokoukseen”, Lahtinen selventää. Vuonna 2019 ystäväyhdistyksessä oli liki kolmesataa jäsentä. Jäsenrekisterin ylläpidosta vastasi yhdistyksen sihteeri.⁹⁹

Mikkelin Teatterikerho

Teatteri Vantaan sielunkumppani löytyy Etelä-Savosta, tarkemmin sanottuna Saimaan luoteisrannalta. Siellä kulttuurikenttää koristaa Mikkelin Teatteri, jota ylläpitää Mikkelin Teatterin Kannatusyhdistys ry. Yhdistyksen jäseniksi kelpuutetaan sekä yksilöitä että yhteisöitä.¹⁰⁰ Kuten vantaalaisella kollegallaan myös Mikkelin Teatterilla on kannatusyhdistyksen ohella oma erillinen ystäväyhdistyksensä. Se tukee teatterin toimintaa jakamalla teatterin näyttelijöille ja muulle henkilökunnalle stipendejä. Varoja kerho kartuttaa pyörittämällä kahvila- ja ravintolatoimintaa.¹⁰¹ ”Talvi-aikaan [työskentelemme] teatterilla ja kesällä kesäteatterin esityksissä Naisvuorella”, Mikkelin Teatterikerho ry:n puheenjohtaja Irene Purtonen kertoo. ”Palvelemme ennen esityksiä ja väliajalla. Meillä on mahdollisuus pitää myös yksityistilaisuuksia.” Toiminnasta vastaavat lähinnä vapaaehtoiset. ”Kerhollamme on yksi palkattu ravintolapäällikkö sekä kesäteatterilla osa-aikainen ns. monitoimihenkilö”, Purtonen kertoo. Jäseniä kerholla on noin 140.¹⁰²

Mikkelin Teatterikerho on perustettu vuonna 1949. Yhdistyksen pitkän iän salaisuudeksi Purtonen arvelee vireää toimintaa: ”Järjestämme jäsenille 2–3 retkeä vuodessa lähikaupunkien

⁹⁸ M. Lahtinen, sähköposti 25.3.2019.

⁹⁹ M. Lahtinen, sähköposti 22.3.2019.

¹⁰⁰ Mikkelin Teatteri 2020.

¹⁰¹ Mikkelin Teatterikerho 2020a.

¹⁰² I. Purtonen, sähköposti 22.3.2019.

teattereihin edullisesti. Toki matkoillamme tutustutaan erilaisiin ravintolapalvelun tarjoajiin. Matkojen helppous ja hyvä järjestely ovat olleet yksi valttikortti, jolla saamme aina täyden bussilastillisen reissuun.” Teatterikerho on Mikkelin Teatterin kannatusyhdistyksen jäsen, ja sen puheenjohtajalla tai hallituksen valtuuttamalla henkilöllä on oikeus osallistua kannatusyhdistyksen vuosikokoukseen.¹⁰³

Tampereen Työväen Teatterin ystävät ry

Pirkanmaalla ystävätoiminta on järjestetty toisin: teatteri ja sitä tukeva yhdistys toimivat erillään toisistaan, eivätkä niiden edustajat osallistu toistensa vuosikokouksiin.¹⁰⁴ Tampereen Työväen Teatterin ystävät ry tukee nimikkoteatterinsa toimintaa muun muassa jakamalla sen henkilökunnalle apurahoja ja stipendejä. Lisäksi se on myöntänyt Kellariteatterille avustuksen valoremonttia varten. Vaikka teatterilta ja sitä tukevalta yhdistykseltä puuttuu virallinen yhteistyöelin, ystävyys ja avunanto toimivat molempiin suuntiin. Teatteri esimerkiksi tarjoaa tukiyhdistykselle kokoustiloja.¹⁰⁵ Tampereen Työväen Teatterin ystävät ry:llä on lupa vastaanottaa lahjoituksia ja testamentteja ja rahoittaa toimintaansa arpajaisilla ja keräyksillä. Jäsenilleen se tarjoaa kulttuurimatkoja ja jäseniltoja, joissa vierailee teatterin tekijöitä. Jäsenillä on myös oikeus ostaa Tampereen Työväen Teatterista saman päivän esityksiin lippuja alennettuun hintaan.¹⁰⁶ Vuonna 2019 yhdistyksessä oli yli kaksisataa jäsentä.¹⁰⁷

Teatteri Avoimien Ovien Ystävät ry

Vapaan kentän ainoa teatterista erillinen ystäväyhdistys löytyy pääkaupunkiseudulta. Helsinkiläinen Teatteri Avoimien Ovien Ystävät ry on perustettu vuonna 1998.¹⁰⁸ Jäseniä sillä on noin kaksisataa. Teatterin taiteellisen johtajan Heini Tolan mukaan ystäväyhdistys tukee Teatteri Avoimia Ovia lahjoittamalla sille vuosittain 3 000–4 000 euroa. Varat on kohdistettu aina johonkin konkreettiseen asiaan, kuten valopöytään tai tietotekniikan uudistamiseen. Vuonna 2013 niillä ostettiin uusi piano. Ystäväyhdistys tukee teatteria myös muilla tavoin. Se esimerkiksi ostaa kokonaisia näytöksiä ja osallistuu kaksi kertaa vuodessa postitustalkoisiin. Varoja ystäväyhdistys hankkii keräämällä jäsenmaksuja. Kiitoksena avusta teatteri tarjoaa

¹⁰³ I. Purtonen, sähköposti 22.3.2019.

¹⁰⁴ P. Aho, sähköposti 22.3.2019.

¹⁰⁵ Emt.

¹⁰⁶ Tampereen Työväen Teatterin ystävät ry 2020a.

¹⁰⁷ P. Aho, sähköposti 22.3.2019.

¹⁰⁸ Teatteri Avoimet Ovet 2017.

ystävillään ilmaisen väliaikateen tai -kahvin, avoimia harjoituksia, etuhintaisia lippuja ystäväiltojen näytöksiin sekä mahdollisuuden vuokrata teatterin lämpiön ilmaiseksi esimerkiksi sukujuhlia varten.¹⁰⁹ Ystäväilloissa teatterinjohtaja kertoo esityksen synnystä.¹¹⁰

Teatteri Avoimien Ovien toiminnasta vastaa Teatteri Avoimien Ovien Kannatusyhdistys ry. Ystäväyhdistys ei osallistu kannatusyhdistyksen kokouksiin eikä toisin päin. Yhdistysten hallitukset ovat tosin kokoontuneet silloin tällöin pohtimaan yhteistyön kehittämismahdollisuuksia.¹¹¹ Ystäväyhdistyksen entisen puheenjohtajan Päivi Vallisaaren mukaan ystäväyhdistyksen menestyksen salaisuus piilee hyvässä hengessä: ystävillä on tunne siitä, että he ovat etuoikeutettuja saadessaan tietää esityksistä enemmän kuin keskivertokatsojat. Teatterin henkilökunta esimerkiksi kertoo ystäville työstään ja kierrättää heitä eri työpisteillä. Talkoissa on tarjolla hyvää ruokaa. ”Teatterille on helppo mennä yksinkin, kun tietää siellä aina tapaavansa tuttuja. Yhteishenki lienee syy ystäväyhdistyksen jäsenmäärän säilymiseen suunnilleen samana halki vuosien”, Vallisaari toteaa.¹¹²

1.4.4 Teatterien alaisuudessa toimivat ystäväryhmät

Ystävätoimintaa varten ei tarvitse aina perustaa erillistä yhdistystä, vaan teatteri voi pyörittää ohjelmaa suoraan kattonsa alla. Tämänkaltaista toimintaa ei ole kuitenkaan lyönyt itseänsä Suomessa läpi. Ainoa esimerkki kategoriaan kuuluvasta kerhosta löytyy Perämeren rannalta. Kemin kaupunginteatterin Teatteriklubi on perustettu vuonna 2006. Se on ilmainen ja toimii suoraan teatterin alaisuudessa. Jäseniä sillä on noin sata, joista arviolta 20–40 osallistuu aktiivisesti klubin toimintaan. Teatterin edustajien mukaan klubi toimii keskustelufoorumina, jonka kautta teatteri saa yhteyden aktiivisiin teatteriharrastajiin.¹¹³ Klubilaiset ovat tehneet yhteisiä retkiä ja toimineet näytelmien koeyleisönä.¹¹⁴

Pohjois-Pohjanmaalla on valmisteilla hivenen samantapainen ryhmä. Oulun teatteri ilmoitti syksyllä 2019 lanseeraavansa uuden yhteisöpaneelin ja hakevansa sitä varten vapaaehtoisia. Ilmoituksen mukaan paneelin jäsenet pääsevät kurkistamaan kulissien taakse, tapaamaan teatterin ammattilaisia sekä katsomaan esityksiä ilmaiseksi. Samalla he sitoutuvat

¹⁰⁹ H. Tola, sähköposti 25.3.2019; Teatteri Avoimet Ovet 2017.

¹¹⁰ P. Vallisaari, sähköposti 25.3.2019.

¹¹¹ H. Tola, sähköposti 25.3.2019.

¹¹² P. Vallisaari, sähköposti 25.3.2019.

¹¹³ I. Perkkiö, sähköposti 21.3.2019.

¹¹⁴ Kemin kaupunginteatterin toimintakertomus 2016, 6.

osallistumaan vähintään neljään paneelikokoukseen vuodessa. Yhteisöpaneelin tarkoituksena on luoda avoin keskusteluyhteys teatterin ja katsojien välillä ja auttaa teatteria vastaamaan paremmin asiakkaidensa toiveisiin.¹¹⁵

¹¹⁵ Oulun teatteri 2019.

1.5 Työtä, tekstejä ja tuoleja teatterin hyväksi

Teattereiden jäsenohjelmilla tavoitellaan yleensä isoja joukkoja. Joskus sitouttamistoimet on kuitenkin suunnattu vain pienelle ryhmälle tai valjastettu puhtaasti markkinointia varten. Alla esitellään muutamia kuvatus kaltaisia toimia. Niistä ensimmäinen liittyy yhden tai useamman ihmisen korottamiseen julistajan asemaan: Henkilö pääsee kokemaan jotain, mitä muut eivät. Vastineeksi erityisasemastaan ”valittu” on velvoitettu kertomaan kokemuksistaan muille. Lähetysaarnajaksi henkilön ei sentään tarvitse ryhtyä. Riittää, että hän jakaa kirjoituksensa verkossa.

1.5.1 Yleisö markkinointikoneiston osana

Jyväskylän kaupunginteatteri toteutti syksyllä 2015 yhteistyössä FlowHouse Oy:n kanssa kampanjan, jossa se etsi tiimiinsä Eturivin Kunkkua, yleisön jäsentä, jolle tarjoutuisi tilaisuus päästä teatterin sisäpiiriin. Kampanja toimi kahdessa tasossa. Ensinnäkin se sidottiin *Jekyl ja Hyde* -musikaalin markkinointiin. Toisekseen sen avulla haettiin ilmaista työvoimaa. Kunkuksi kruunattavan henkilön tehtävänä oli näet toimia katsojien äänenä ja tuottaa sisältöä kaupunginteatterin käyttöön.¹¹⁶ Kuninkaan sijasta tehtävään valittiin lopulta Eturivin Kuningatar, joka pitää blogia osoitteessa <http://eturivinkunkku.blogspot.fi/>. Artikkelien aiheet vaihtelevat henkilöesittelyistä ja taustoittavista ennakkojutuista aina teatteri- ja konserttiarvioihin saakka. Uusia blogikirjoituksia ilmestyy sivustolle keskimäärin 4–5 julkaisun kuukausivauhtia.¹¹⁷ Vaikka kaupunginteatteri ei omien sanojensa mukaan ”editoi Eturivin Kunkun kirjoituksia tai vaikuta blogin sisältöön muutoin kuin tarjoamalla vapaan pääsyn esityksiinsä”¹¹⁸, on vaikea kuvitella, että sivuston tekstit olisivat räikeässä ristiriidassa sen yleisen viestintästrategian kanssa.

Turun Kaupunginteatteri käyttää samaa ideaa innokkaista bloggaajista hieman eri muodossa. Syksyllä 2017 se rekrytoi joukkoihinsa yhdeksän yleisön jäsentä, kotikriitikkoa, jotka pääsevät katsomaan maksutta kaikki teatterin esitykset ennakoineen. Lisäksi he saavat seurata esitysten harjoituksia ja haastatella haluamiansa teatterintekijöitä. Vastalahjaksi kotikriitikoiden tulee jakaa kokemuksensa teatterin ylläpitämässä blogissa.¹¹⁹ Kyseessä on malliesimerkki siitä, miten maallikot sitoutetaan teatterin toimintaan ja valjastetaan osaksi sen

¹¹⁶ FlowHouse 2018.

¹¹⁷ Paloniemi 2018.

¹¹⁸ Emt.

¹¹⁹ Turun Kaupunginteatteri 2020.

markkinointikoneistoa. Siinä missä ammattitoimittaja veloittaisi 68 euroa tunnilta¹²⁰, kotikriitikko antaa kynänsä viuhua silkasta kirjoittamisen halusta. Taloudellisen hyödyn ohella harrastajan rekrytoiminen voi tuoda teatterille aineettomia etuja. Kotikriitikot tarkastelevat maailmaa eri silmin kuin ammattilaiset. Niinpä he saattavat työnsä touhussa haastaa teatterin tekijöitä ja tarjota heille tuoreita näkökulmia. Kotikriitikkotoiminta kuuluu Turussa yleisötyön alle, ja sitä ohjaa yleisötyön koordinaattori.¹²¹

Sen lisäksi, että teatterit rekrytoivat kotikriitikoita, ne kalastelevat ilmaisia sisältöjä monilla muilla tavoin. Svenska Teatern esimerkiksi etsii sivuillaan teatterista kirjoittavia bloggaajia. Mikäli nämä lupaavat kirjoittaa esityksistä, he pääsevät katsomaan teokset maksutta. Teatterin mukaan molemmat osapuolet hyötyvät järjestelystä: Teatteri saa mainosta ja löytää ehkä uutta yleisöä. Bloggaajan tekstit saavat puolestaan näkyvyyttä, kun teatteri siteeraa niitä ja jakaa niitä eteenpäin.¹²²

Helsingin Kaupunginteatterissa esitysten ympärille yritetään luoda positiivista kuhinaa Kultaposse-ohjelmalla. Siinä teatterin ystävät voivat ostaa lippuja uutuusteosten ensimmäisiin esityksiin muutaman euron hintaan. Kyse ei ole varsinaisesta ystävätoiminnasta, sillä Kultaposseen ei voi eikä tarvitse erikseen liittyä – liput myydään nopeusjärjestyksessä.¹²³ Lippujen ostajia kehoitetaan jakamaan kokemuksiaan niin sosiaalisessa mediassa kuin teatterin omilla sivuillakin. Parhaimmat sitaattit pääsevät markkinointiosaston käyttöön.

1.5.2 Teatteriagentit

Oman ryhmänsä ystävätoiminnassa muodostavat ne yksityishenkilöt, jotka tuovat itsenäisesti isoja asiakasryhmiä teattereihin. Kansallisteatterissa ja Kouvolan Teatterissa heihin viitataan termillä kaveri- tai teatteriagentti. Svenska Teaternissa, Åbo Svenska Teaterissa, Oulun teatterissa ja Turun Kaupunginteatterissa heitä kutsutaan teatteriasiamiehiksi.

Kansallisteatterissa agentit saavat sitä parempia etuja, mitä enemmän he tuovat teatteriin katsojia. Mikäli agentti esimerkiksi onnistuu haalimaan yli kymmenen henkeä kokoon, hän saa oman lippunsa puoleen hintaan. Yli viidenkymmenen hengen ryhmästä luvassa on ilmaislippu. Alennusten ohella teatteriagentit saavat muun muassa ennakkotietoa esityksistä

¹²⁰ Suomen freelance-journalistit 2020.

¹²¹ Turun Kaupunginteatteri 2020.

¹²² Svenska Teatern 2020a.

¹²³ Helsingin Kaupunginteatteri 2020a.

sekä kutsuja VIP-asiakastilaisuuksiin. Lisäksi kauden paras myyntitykki palkitaan teatterimatalla.¹²⁴ Svenska Teaternin teatteriasiamiesohjelmassa (teaterombud) jäsenet sitoutuvat tuomaan jokaisena näytäntövuonna teatteriin vähintään kymmenen hengen katsojaryhmän. Vastalahjaksi aktiivisuudestaan he pääsevät tapaamaan teatterin taiteellista henkilökuntaa ja saavat alennuksia lippujen hinnoista. Tehokkaimmat teatteriasiamiehet palkitaan ilmaislipuilla.¹²⁵ Åbo Svenska Teaterissa teatteriasiamiesten tulee tuoda teatteriin vähintään kaksikymmentäpäinen ryhmä jokaisena näytäntövuonna.¹²⁶

Oulun teatterissa aikuis- ja opiskelija-asiamiehillä on omat etuohjelmansa. Teatteriasiamiehet saavat kutsuja muun muassa taiteilijatapaamisiin ja asiamiehille räätälöityihin tilaisuuksiin. Heillä on etuosto-oikeus teatterin omiin tuleviin esityksiin ja he saavat kaksi vapaalippua teatterin omien esitysten ennakoihin. Lisäksi he ansaitsevat itselleen sitä enemmän ilmaisia kutsuvieraslippuja, mitä enemmän he saavat välitettyä teatterin lippuja eteenpäin. Teatteriasiamiehen edut saa käyttöönsä myymällä vähintään viisikymmentä lippua per näytäntökausi.¹²⁷

Turun Kaupunginteatterin teatteriasiamiesohjelma eroaa Oulun vastaavasta siinä, että toiminta on jaettu kolmeen eri tasoon. Ylimmälle – ja samalla parhaimpien etujen pariin – pääsee myymällä yli viisisataa lippua näytäntövuoden aikana. Näiden Aitio-asiakkaiden etuihin kuuluu muun muassa kutsu teatterin kaikkiin omien näytösten kutsuvierasensi-iltoihin. Aitio-asiakkaat saavat osallistua teatteriretkille ilmaiseksi avecin kanssa. Lisäksi he saavat kerran vuodessa neljä ilmaislippua, käsiohjelman, vapautuksen narikkamaksuista sekä ilmaiset väliaikatarjoilut vapaavalintaiseen esitykseen. Näytäntövuoden kolme ansioituneinta asiamiestä palkitaan asiamiestilaisuudessa yllätyspalkinnoilla.¹²⁸ Espoon Kaupunginteatterissa meno on rennompaa. Teatterissa ei ole käytössä erityistä teatteriasiamiesohjelmaa, mutta aktiivisten myyntimiesten on mahdollista saada etuja ja kutsuja eri tilaisuuksiin ryhtymällä ryhmänvetäjiksi.¹²⁹ Kouvolan Teatterissa teatteriagentit saavat erikoistarjouksia, ennakotietoa uusista esityksistä sekä kutsuja muun muassa teosesittelyihin ja avoimiin harjoituksiin.¹³⁰

¹²⁴ Kansallisteatteri 2020a.

¹²⁵ Svenska Teatern 2020b.

¹²⁶ Åbo Svenska Teater 2018.

¹²⁷ Oulun teatteri 2018.

¹²⁸ Turun Kaupunginteatteri 2018a.

¹²⁹ Espoon Kaupunginteatteri 2020b.

¹³⁰ Kouvolan Teatteri 2020.

Teatteriasiamiestoiminta rinnastuu vapaaehtoistoimintaan tai provisiopalkalla puurtamiseen. Käytännössä se sopii parhaiten henkilöille, jotka vastaavat esimerkiksi työpaikkansa tai harrastusryhmänsä virkistystoiminnasta sekä niille, joilla on laaja, teatterista kiinnostunut tuttavaverkosto. Näin ollen ei ole mikään ihme, että teatteriasiamiestoiminta on Suomessa vielä verrattain harvinaista. VOS-teattereiden puolella sitä hyödyntää toiminnassaan noin kymmenen prosenttia teattereista. Vapaalla kentällä luku jää pyöreään nollaan. Tämä ei silti tarkoita sitä, että ryhmämyynti olisi unohdettu siellä kokonaan. Yleensä teatterit vain antavat paljousalennukset suoraan lippukassalla.

1.5.3 Lunasta oma tuoli tai lahjoita anonyymisti

Joskus etuja saadakseen ei tarvitse tehdä mitään. Riittää, että omistaa paksun lompakon. YrittäjäSanomat uutisoi vuonna 2010 Hämeenlinnan Teatterin lanseeraamasta ohjelmasta, jossa paikallisyrietykset voivat varata itselleen nimikkotuolin teatterin päänäyttämöltä. Rahallisen panoksen vastineeksi yritykset saavat teatterilta näkyvyyttä, nimikkolaatan tuoliinsa sekä liput kaikkiin ensi-iltoihin.¹³¹ Teatteri Avoimissa Ovissa nimikkotuolin voi lunastaa kuka tahansa. Kiitokseksi tuestaan tuolin vuokraaja saa nimensä teatterin sivuille ja lämpiöön, nimikyltin tuolin selkänojaan sekä mahdollisuuden ostaa lipun teatterin omien tuotantojen ensi-iltoihin. Ostaoikeudessa on kyse erikoisedusta, sillä ensi-illat on varattu yksinomaan lehdistölle ja kutsuvieraille. Tavallisilla kuolevaisilla ei ole niihin asiaa. Tammikuussa 2020 teatterin nettisivuilla mainittiin 66 tuolin lunastanutta henkilöä. Yksityishenkilöiden ohella listalta löytyi kolme säätiötä tai ryhmää.¹³² Tanssiteatteri MD:n nimikkotuolilista on vuodelta 2016. Siinä luetellaan 52 nimeä.¹³³

Nimikkotuolit ovat oiva tapa houkutelaa teatteriin vakikävijöitä ja personoida teatterikokemusta. Niihin liittyy kuitenkin tiettyjä rajoituksia. Ensinnäkin ne soveltuvat vain sellaisiin teattereihin, joissa on kiinteä katsomo.¹³⁴ Toisekseen tuoleja on tarjolla rajattu määrä. Kun tuoli on vuokrattu jollekulle, ei sitä voi vuokrata muille ennen sopimuskauden päättymistä. Salin koko määrittelee siis potentiaalisen asiakaskunnan koon. Käytännössä

¹³¹ YrittäjäSanomat 2010, 21.

¹³² Teatteri Avoimet Ovet 2020.

¹³³ Tanssiteatteri MD 2016.

¹³⁴ Nimikkotuolikonseptia on mahdollista soveltaa tietyin ehdoin myös liikuteltaviin katsomoihin. Tällöin vuokrattavan tuolin paikka määräytyy suhteessa muihin tuoleihin. Asiakas voi esimerkiksi lunastaa paikan ensimmäisen rivin keskeltä tai oikeasta reunasta. Nimikkotuolijärjestelmän vaatima työmaa suhteessa siitä saatuihin hyötyihin on kuitenkin kohtuuton.

kaikkia tuoleja on lähes mahdotonta saada kaupaksi, ainakaan vakihinnalla. Kukapa haluaisi maksaa saman verran piippuhyllyn huonoimmasta paikasta kuin pääsystä aitiopaikalle? Tutkimusten mukaan tietyt paikat myös vetävät ihmisiä luonnostaan paremmin puoleensa kuin toiset. *Laterality*-lehdessä julkaistujen tutkimusten mukaan katsojilla on tapana, ainakin elokuvateattereissa, suosia oikealla olevia istuimia.¹³⁵

Tuolivuokrauksen ohella teatterit voivat hakea rahoitusta joukkorahoituspalveluista, kuten mesenaatti.me-palvelusta. Sivusto mainostaa itseään Suomen ensimmäiseksi ja suurimmaksi vastikepohjaiseksi joukkorahoituspalveluksi. Sen kautta kuka tahansa voi hakea projektilleen tukea. Mesenaatiksi kelpuutetaan yli 15-vuotiaiden yksityishenkilöiden ohella muun muassa yhtiöt ja säätiöt.¹³⁶ Tammikuussa 2019 sivustolla haettiin rahoitusta muun muassa uudelle vaatemerkillle, laulukilpailulle ja koirauimalalle. Vaikka monet palvelun käyttäjistä olivat onnistuneet keräämään toivomansa rahasumman kasaan, teatteriryhmät näyttivät olevan vaikeuksissa. Nykyteatteri Vera Audentian projekti oli jäänyt kokonaan ilman rahoitusta.¹³⁷ Samoin oli käynyt Savoy-teatteriin suunnitellulle Candide-operetille.¹³⁸ Kymppitonnia tavoitellut Kotiteatteri oli raapinut kasaan vain 190 euroa.¹³⁹

Kansan Sivistysrahaston ylläpitämän Kulttuurilahja-sivusto eroaa mesenaatti.me-palvelusta siten, että lahjoittaminen on siinä vastikkeetonta. Lisäksi sivustolle mahtuu enintään viisitoista hanketta kerrallaan. Mukaan pitää erikseen hakea, mutta vaivannäkö kannattaa. Kansan Sivistysrahoitus tukee näet sivustolle hyväksyttyjä hankkeita lahjoittamalla niille kaksikymmentä senttiä jokaista kerättyä euroa kohden.¹⁴⁰ Toisin sanoen, mikäli hanke onnistuu keräämään tuhat euroa lahjoitusvaroja, Sivistysrahoitus kasvattaa potin 1 200 euroon. Yksityishenkilö voi rahoittaa hankkeita joko omissa nimissään tai antaa kulttuurilahjan lahjaksi samaan tapaan kuin Kirkon Ulkomaanavun kautta annetaan vuohia. Kaikkiruokaisen maitotehtaan sijasta syntymäpäiväsankari saa lahjaksi tiedon siitä, että lahjarahat on käytetty suurempaan hyvään. Keväällä 2020 Kulttuurilahja-sivustolla haettiin rahoitusta muun muassa Raahen kesäteatterin katokselle.¹⁴¹

¹³⁵ Harms, Reese & Elias 2014; Weyers, Milnik, Müller & Pauli 2006.

¹³⁶ Mesenaatti.me 2019a.

¹³⁷ Mesenaatti.me 2019b.

¹³⁸ Mesenaatti.me 2019c.

¹³⁹ Mesenaatti.me 2019d.

¹⁴⁰ Kulttuurilahja 2020a.

¹⁴¹ Kulttuurilahja 2020b.

2 Mitä ystävä haluaa: Tapaus KokoTeatteri

Kuten tutustumisretki Suomen teatterikenttään osoittaa, teattereiden käyttämät sitouttamiskeinot ja niiden tarjoamat edut ovat varsin moninaisia. Mutta miltä näyttäisi uusi ystäväohjelma, jos ihmiset saisivat itse päättää, mitä etuja siihen kuulumisen heille toisi? Hain vastausta kysymykseen lähestymällä KokoTeatterin asiakkaita.

KokoTeatteri on vuonna 1997 perustettu helsinkiläinen vapaa ammattiteatteri, jonka ohjelmisto koostuu omien tuotantojen ja yhteisproduktioiden ohella vierailuesityksistä. Lajityypiltään teokset vaihtelevat puheteatterista aina tanssiin ja improvisaatioon saakka. Ensi-iltoja teatterissa nähdään vuosittain kuutisen kappaletta. Esitysten määrä vaihtelee sadan ja sadankahdenkymmenen välillä. Vuodesta 2012 lähtien KokoTeatteri on sijainnut Hämeentien varressa lähellä Hakaniemen hallia. Teatterilla on yksi sali, johon mahtuu, katsomorakenteesta riippuen, 100–200 katsojaa. KokoTeatterilla ei ole vakituista ensembleä, vaan työryhmät kootaan esityskohtaisesti. Syksyllä 2017 teatterissa työskenteli teatterinjohtaja Anna Veijalaisen lisäksi kokopäiväisesti vain yksi henkilö, tekninen vastaava. Tammikuussa 2018 joukko kasvoi toimistovastaavalla.¹⁴² KokoTeatterin toimintaa hallinnoi KokoTeatteri -yhdistys ry, jonka jäsenistö koostuu eri taidealojen ammattilaisista, kuten tanssijoista, muusikoista ja ohjaajista. Vuonna 2017 varsinaisia jäseniä oli 34. Hallituksen puheenjohtajana toimi Miina Turunen.¹⁴³

KokoTeatterin tavoitteena on tehdä helposti lähestyttäviä esityksiä sekä syventää teatterin-, tanssin- ja musiikintekijöiden välistä yhteistyötä.¹⁴⁴ Tämä näkyy sekä teosvalinnoissa että konkreettisena tilojen jakamisena. Teatterin yhteydessä on vuodesta 2010 lähtien toiminut elävää musiikkia tarjoileva Koko Jazz Club, joka järjestää noin seitsemänkymmentä konserttia per vuosi. Helsingin lisäksi klubilla on omat tilat Iisalmessa. Koko Jazz Club on yleishyödyllinen, voittoa tavoittelematon taideorganisaatio, joka toimii sekä ammattimaisena tapahtumajärjestäjänä, työnantajana että sisällöntuottajana. Alussa se kuului KokoTeatteri -yhdistys ry:n alle. Nykyään toiminnasta vastaa pääkaupunkiseudulla Koko Jazzin Kannatusyhdistys ry. Iisalmella toimintaa pyörittää oma erillinen yhdistyksensä. Klubin taiteellisena johtajana toimii jazzmuusikko Timo Hirvonen.¹⁴⁵ KokoTeatteri tukee

¹⁴² KokoTeatteri -yhdistys ry 2017, 1, 7.

¹⁴³ Emt., 10.

¹⁴⁴ Emt., 20.

¹⁴⁵ Koko Jazz Club 2018.

Koko Jazz Clubin toimintaa tarjoamalla sille ilmaiset kokoustilat. Myös Teatterikeskus ry, Jazzmuusikot ry sekä Lavastajat ja pukusuunnittelijat ry kokoustavat teatterilla ilmaiseksi.¹⁴⁶

KokoTeatteri tukee mielenterveyskuntoutujien taideyhteisö Taiteen Sulattamoa tarjoamalla sille kokous-, harjoitus- ja esitystiloja. Lisäksi teatteri tekee yhteistyötä Porttiteatterin ja Taittuu ry:n kanssa.¹⁴⁷ Porttiteatteri on vapautuneiden vankien teatteriryhmä. Taittuu tekee vankilateatteria. Erityisryhmien ohella KokoTeatteri tukee nuoria taiteilijoita. Sen tiloissa on esimerkiksi järjestetty kansanopisto HEO:n festivaalit.¹⁴⁸ Tilojen jakamisen lisäksi KokoTeatteri tarjoaa taiteilijoille tiedollista apua. Syksyllä 2017 se perusti ammattitaiteilijoille suunnatun, ilmaisen apurahaklinikan, KokoTyöhuoneen. Klinikka palvelee kävijöitä aina noin viikkoa ennen isoimpien apurahahakemusten viimeistä jättöpäivää. Asiantuntija-apua apuraha-anomustensa kanssa painiville taiteilijoille ovat tilassa tarjonneet muun muassa Arts Management Helsingin toiminnanjohtaja Outi Järvinen, läänintaiteilija Krista Petäjäjärvi sekä Teatterikeskuksen toiminnanjohtaja Maaria Kuukorento.¹⁴⁹

¹⁴⁶ KokoTeatteri -yhdistys ry 2017, 15.

¹⁴⁷ Emt., 14.

¹⁴⁸ Emt., 6.

¹⁴⁹ Emt., 10–11.

2.1 KokoTeatterin Ystävät pähkinäkuoressa

KokoTeatterilla ei ole vielä omaa ystäväklubia, mutta teatteri on kaavaillut sellaisen perustamista. Toimintasuunnitelmassa kannatusjäsenten hankkimis- ja aktivoimisprojekti kantaa nimeä *KokoTeatterin Ystävät*. Ystäväryhmän jäsenhinnaksi on suunniteltu kahtakymmentä euroa vuodessa. Vuosimaksusta on kuitenkin mahdollista saada huojennusta tai vapautua kokonaan rekrytoimalla mukaan uusia jäseniä. Jokaisesta hankkimastaan uudesta jäsenestä alkuperäinen ystävä saa viisi euroa alennusta. Näin ollen houkuttelemalla mukaan neljä uutta ystävää vuodessa henkilö voi nauttia jäseneduista ilmaiseksi.

Ystäväklubilaisille on tarkoitus järjestää esitysten yhteydessä iltatilaisuuksia, joissa produktion ohjaaja, näyttelijä tai vaikkapa pukusuunnittelija kertoo teoksen taustoista ja valmistamisesta. Jäsenet pääsevät myös seuraamaan esitysten harjoituksia ja jakamaan niiden jälkeen näkemyksiään työryhmälle. Millaisia ajatuksia teos herätti? Pitivätkö he jostain erityisesti? Jäikö jokin asia vaivaamaan? Tavoitteena on saada esityksiin jo niiden tekoprosessin aikana ulkopuolinen näkökulma. Ystäväklubilainen kun voi tulkita teosta aivan eri tavalla kuin tekijät ovat etukäteen kuvitelleet. Paitsi teosten työstämisessä, katsojakommentteja voidaan hyödyntää myös suunniteltaessa esitysten markkinointia. Risut ja ruusut voidaan nostaa vaikkapa Facebook-mainonnan punaiseksi langaksi. Ensi-iltatuotantojen yhteydessä klubilaisille on tarkoitus järjestää erilaisia tapahtumia ja tempauksia, kuten tietovisoja. Niissä teatterin edustajat valmistelevat teokseen liittyviä kysymyksiä, joihin klubilaiset vastaavat ennen esitystä teosta vielä näkemättä. Esityksen jälkeen vastaukset käydään yhdessä läpi ja kisan voittaja palkitaan. Eksklusiivisien tilaisuuksien ohella ystäväklubilaisia hemmotellaan rahallisilla eduilla: he saavat alennusta sekä KokoTeatterin että Koko Jazz Clubin lipuista. Tasapuolisuuden nimissä samat edut tarjotaan Koko Jazzin Kannatusyhdistys ry:n jäsenille. Yhteydenpito kannatusjäseniin tapahtuu kuukausittaisen uutiskirjeen muodossa.

KokoTeatterin Ystävät näyttää paperilla menestystarinalta. Sitä, kuinka innostuneita teatterin asiakkaat olisivat oikeasti liittymään uuteen ystäväklubiin ja mitä he siltä toivoisivat, tutkin syksyllä 2017 asiakaskyselyllä.

2.2 Asiakkaiden ääni kuuluviin kyselytutkimuksella

Hannu Mattinen kirjoittaa teoksessa *Asiakkuusosaaminen – kuuntele asiakastasi*, miten asiakkaan kuuntelu paljastaa yritystoiminnan sokeita pisteitä ja synnyttää ainutlaatuista osaamista. Kuuntelun kautta yritys saavuttaa myös kilpailuetua – se pystyy palvelemaan asiakkaitaan muita paremmin.¹⁵⁰ Mattisen teos käsittelee yritysten välisiä suhteita, mutta ajatus asiakkaan kuuntelemisesta soveltuu myös teatterityöhön. Ystäväklubi ja siihen liittyvät tapaamiset voivat johtaa aitoon keskusteluun klubilaisten ja teatterin tekijöiden välillä. Kohtaamisissa syntynyttä tietämystä voidaan puolestaan käyttää teatterin ja sen ohjelmiston kehittämiseen.

KokoTeatterilla on oma vakituinen seuraajajoukkonsa, jonka koko kasvaa hiljalleen. Toukokuussa 2017 teatterin uutiskirjeellä oli 1 311 tilaajaa. Samaan aikaan teatterilla oli Facebookissa 2 702 seuraajaa. Twitterissä seuraajia oli 418 ja Instagramissa 338.¹⁵¹ Joulukuussa 2017 teatterilla oli Facebookissa jo 2 808, Twitterissä 569 ja Instagramissa 809 seuraajaa.¹⁵²

KokoTeatteri on teettänyt kaksikymmentävuotisen taipaleensa aikana kaksi asiakaskyselyä. Nykyään niistä on enää muisto jäljellä, sillä alkuperäiset dokumentit ovat kadonneet historian hämärään. Niinpä uuden kyselyn laatiminen oli aloitettava puhtaalta pöydältä. Samalla oli sukellettava kyselytutkimusten teoriaan. Menetelmäoppaiden mukaan kaikki lähtee huolellisesta suunnittelusta. Ensinnäkin kyselylomakkeen tulee olla selkeä ja ytimekäs, eikä keskimääräinen vastausaika saa ylittää 15–20 minuuttia.¹⁵³ Toisekseen kieliopin ja ulkoasun tulee olla kunnossa, sillä sekava lomake karkottaa vastaajat. Lisäksi saatekirjeeseen kannattaa panostaa, sillä se ratkaisee, ryhtyykö vastaaja täyttämään lomaketta.¹⁵⁴ Kysymysten asettelussa pitää olla tarkka ja välttää johdattelemasta vastaajia.¹⁵⁵ Kysymysten tulee olla selkeitä ja helposti ymmärrettäviä.¹⁵⁶ Ideaalitilanteessa kaikkien vastaajien tulisi ymmärtää ne samalla tavalla. Näin vastaukset ovat keskenään yhteismitallisia.¹⁵⁷

¹⁵⁰ Mattinen 2006, 9 & 28.

¹⁵¹ Tilanne 1.5.2017.

¹⁵² Tilanne 6.12.2017.

¹⁵³ KvantimOTV 2010.

¹⁵⁴ Vehkalahti 2008, 48.

¹⁵⁵ KvantimOTV 2010.

¹⁵⁶ Vehkalahti 2008, 21.

¹⁵⁷ KvantimOTV 2010.

Kyselylomakkeessa voidaan käyttää sekä avoimia että suljettuja kysymyksiä. Avoimissa osioissa vastaajalla on vapaat kädet vastata haluamallaan tavalla, suljetuissa hän joutuu valitsemaan vastauksen valmiista vaihtoehdoista.¹⁵⁸ Vastausten käsittelyn kannalta tehokkuutta hakevan tutkijan on järkevää suosia suljettuja osioita. Sanallisten vastausten käsittely on nimittäin työläämpää kuin numeroiden pyörittely. Kaikkea ei kuitenkaan aina kannata tai voi puristaa valmiiksi vastausvaihtoehdoiksi. Lisäksi avoimet kysymykset voivat paljastaa asioita, jotka olisivat voineet jäädä muuten kokonaan huomaamatta. Suljettuja kysymyksiä käytettäessä pitää huomioida, etteivät vastausvaihtoehdot mene toistensa kanssa päällekkäin, vaan ovat toisensa poissulkevia.¹⁵⁹

Menetelmäoppaiden mukaan lomakkeen sisältö kannattaa jakaa loogisesti eteneviksi kokonaisuuksiksi, ja tutkimus aloittaa helpoilla kysymyksillä. Yksinkertaiset kysymykset toimivat alkulämmittelynä siirryttäessä vaikeampiin aiheisiin. Taustakysymykset kannattaa jättää lomakkeen loppupäähän, sillä väärin sijoitettuina ne saattavat aiheuttaa vastaajissa närää.¹⁶⁰ Kimmo Vehkalahti kirjoittaa, että kyselyn aloittaminen esimerkiksi iän utelulla voi tuntua vastaajista tungettelevalta.¹⁶¹

Pyrin luomaan menetelmäoppaiden neuvojen pohjalta kyselyn, joka etenee loogisesti aihealueesta toiseen. Kysymykset tein yhteistyössä KokoTeatterin johtajan kanssa. Kysymyspatteristoa hiottiin graduseminaarin lisäksi lomakkeen testausvaiheessa. Itse lomake koostuu kolmesta osiosta, joista ensimmäisessä kartoitetaan ihmisten mielikuvia KokoTeatterista. Ensin vastaajat saavat kertoa omin sanoin, mitä heille tulee KokoTeatterista mieleen. Mikäli vastauksissa nousee esille teatterin strategiassa mainittuja arvoja, kuten ammattimaisuus, tasa-arvo ja tinkimättömyys, teatterin voi päätellä olevan oikealla tiellä. Positiiviset vastaukset enteilevät hyvää myös ystäväklubin kannalta: jos teatteri vaikuttaa vastaajista kiinnostavalta, ystäväklubiin liittyminen voi tuntua heistä mielekkäältä. Vapaan kommentoinnin jälkeen vastaajia pyydetään arvioimaan Likert-asteikon avulla, miten hyvin KokoTeatterin strategiassa mainitut tavoitteet toteutuvat käytännössä. Likert-asteikko on järjestysasteikko, jonka tyypilliset ääripäät ovat ”täysin samaa mieltä” ja ”täysin eri mieltä”. Asteikon keskelle sijoittuu neutraali vaihtoehto, kuten ”ei samaa eikä eri mieltä”. Keskimäinen vaihtoehto voidaan jättää, tutkijan niin halutessa, pois. Kimmo Vehkalahti ei

¹⁵⁸ Vehkalahti 2008, 24.

¹⁵⁹ Emt., 24–25.

¹⁶⁰ KvantimOTV 2010.

¹⁶¹ Vehkalahti 2008, 25.

kuitenkaan suosittele poistoa, sillä se voi houkutella osan vastaajista hyppäämään kysymyksen yli.¹⁶² Tämä voi johtaa tulkinnallisiin ongelmiin, sillä tutkijan on jälkikäteen mahdotonta selvittää, johtuiko hyppely vastaajien huolimattomuudesta vai siitä, etteivät he löytäneet sopivaa vastausvaihtoehtoa.

Vehkalahti muistuttaa, ettei neutraalia vaihtoehtoa kannata myöskään korvata ilmauksella ”eos” (en osaa sanoa). Virke on näet kaukana neutraaliudesta, eikä se ole yhteismitallinen muiden väitteiden kanssa. Mikäli tutkija haluaa välttämättä käyttää sitä, vaihtoehto kannattaa sijoittaa asteikon ulkopuolelle.¹⁶³ Hyödynnän itse eos-vaihtoehtoa kysymyksissä, joissa tiedustellaan vastaajien halukkuutta osallistua uuteen ystäväklubitoimintaan, teosten syntyprosessiin sekä vapaaehtoistoimintaan. Koen, että ympäröivää vastaus on näissä tapauksissa parempi vaihtoehto kuin ei vastausta ollenkaan.

Kyselylomakkeen toisessa osiossa selvitetään, miten kiinnostuneita vastaajat ovat ystävätoiminnasta ja mitä he toivoisivat uudelta ystäväklubilta. Houkuttelevatko heitä enemmän aineelliset vai aineettomat edut? Samalla kartoitetaan, ovatko vastaajat jonkin toisen teatterin kanta-asiakkaita tai osallisena jonkin teatterin ystävätoiminnassa. Tieto on tärkeä, sillä sen voi ajatella heijastavan vastaajien halukkuutta sitoutua teatteritoimintaan: henkilö, joka on liittynyt yhteen kanta-asiakasohjelmaan voi olla muita alttiimpi liittymään toiseenkin. Ystäväohjelmien osalta tilanne voi olla päinvastainen. Mikäli ohjelma vaatii sitoutumista ja/tai rahallista panosta, henkilöillä ei välttämättä ole kykyä tai halua jakaa aikaansa usean aktiviteetin kesken. Kuten Liz Hill ja Brian Whitehead muistuttavat, harva pystyy ottamaan iloa irti monesta jäsenyydestä.¹⁶⁴

Tutkimuksen kolmas osio koostuu taustoittavista kysymyksistä, joiden perusteella on tarkoitus muodostaa kuva siitä, millaisista henkilöistä teatterin kävijäkunta muodostuu. Ovatko he esimerkiksi keskimääräistä nuorempia kuin teatterinkävijät yleensä? Päättävätkö he teatterissakäynnistä itse vai tekeekö joku muu päätökset heidän puolestaan? Tarkastelemalla vastaajien taustatekijöitä, kuten ikää, ammattia ja asuinpaikkaa, ristiin heidän vastaustensa kanssa, voidaan pyrkiä tunnistamaan ryhmät, jotka ovat erityisen kiinnostuneita ystävätoiminnasta. Ystäväklubia on turha markkinoida henkilöille, jotka raahautuvat teatteriin vain pakon edessä tai asuvat satojen kilometrien päässä siitä. Kyselylomakkeen lopussa

¹⁶² Vehkalahti 2008, 35–36.

¹⁶³ Emt., 36.

¹⁶⁴ Hill & Whitehead 2007, 94.

vastaajille annetaan mahdollisuus antaa avointa palautetta sekä teatterin että jazzklubin toiminnasta. Valmis lomake löytyy liitteestä 8.

2.3 Käytössä sähköiset jakelukanavat

Päätin yhdessä teatterin kanssa toteuttaa kyselyn kustannus- ja tehokkuussyistä sähköisenä. Ohjelmaksi valikoitui Helsingin yliopiston maksuton E-lomakepalvelu.¹⁶⁵ Sähköinen lomake tavoittaa vastaajat hyvin, sillä Suomessa lähes jokaisella on pääsy nettiin. Tilastokeskuksen mukaan peräti 88 prosenttia 16–89-vuotiaista suomalaisista käytti vuonna 2017 internetiä.¹⁶⁶

Jaoimme kyselyn linkkiä marraskuussa 2017 ensisijaisesti KokoTeatterin uutiskirjeessä ja toissijaisesti teatterin Facebook-, Instagram- ja Twitter-tileillä. Koska kaikki suomalaiset eivät suinkaan seuraa sosiaalista mediaa ja vietä aikaansa Facebookin ja Twitterin kaltaisissa yhteisöpalveluissa – Tilastokeskuksen vuonna 2017 toteuttamassa kyselyssä selvisi, että vain reilut puolet suomalaisista, 61 prosenttia, oli seurannut viimeisen kolmen kuukauden aikana jotain yhteisöpalvelua¹⁶⁷ – päätimme lisätä linkin lomakkeeseen myös teatterin omille verkkosivuille. Vastaajien motivoimiseksi teatteri lahjoitti noin 150 euron arvoisen elämyslahjakortin, joka arvottiin kyselyn sulkeuduttua kaikkien yhteystietonsa jättäneiden vastaajien kesken.

Lomakkeelle vastaaminen tapahtui anonymiminä. Näin siksi, että ihmiset uskaltaisivat vastata mahdollisimman avoimesti. Ennen kyselyn lopullista julkaisemista lomaketta testasi neljä iältään 24–64-vuotiaasta henkilöä. He käyttivät lomakkeen täyttämiseen kolmea eri laitetta: älypuhelinta, tablettia ja kannettavaa tietokonetta. Nettiselaimina kokeessa käytettiin Mozilla Firefoxia ja Google Chromea. Ainoat ongelmat lomakkeen täyttämisessä ilmenivät älypuhelimella. Yksi testikäyttäjistä onnistui kiertämään lomakkeeseen tehdyn rajoituksen ja valitsemaan monivalintakysymyksessä enemmän kuin kolme vastausvaihtoehtoa. Ongelma saatiin ratkaistua päivittämällä lomake.

KokoTeatteri lähetti uutiskirjeen tilaajille kutsun kyselyyn MailChimp-ohjelman kautta 15.11. Koska viestiin lipsahti rikkinäinen linkki, teatteri lähetti heti perään sähköpostitse toimivan linkin kyselyyn. Samalla se julkaisi sekä Facebook- että Instagram-tileillään lyhyen tiedotteen asiakaskyselystä. Facebook-postauksen tavoittavuutta teatteri pyrki lisäämään ostamalla sille näkyvyyttä.

Olin sopinut KokoTeatterin johtajan kanssa, että alkutiedotuksen jälkeen vastuu kyselylomakkeen markkinoinnista siirtyy minulle. Lähetin uutiskirjeen tilaajille

¹⁶⁵ Lisätietoa lomakkeesta löytyy täältä: <http://blogs.helsinki.fi/e-lomake/esittely/>

¹⁶⁶ Tilastokeskus 2017, 1.

¹⁶⁷ Emt., 38.

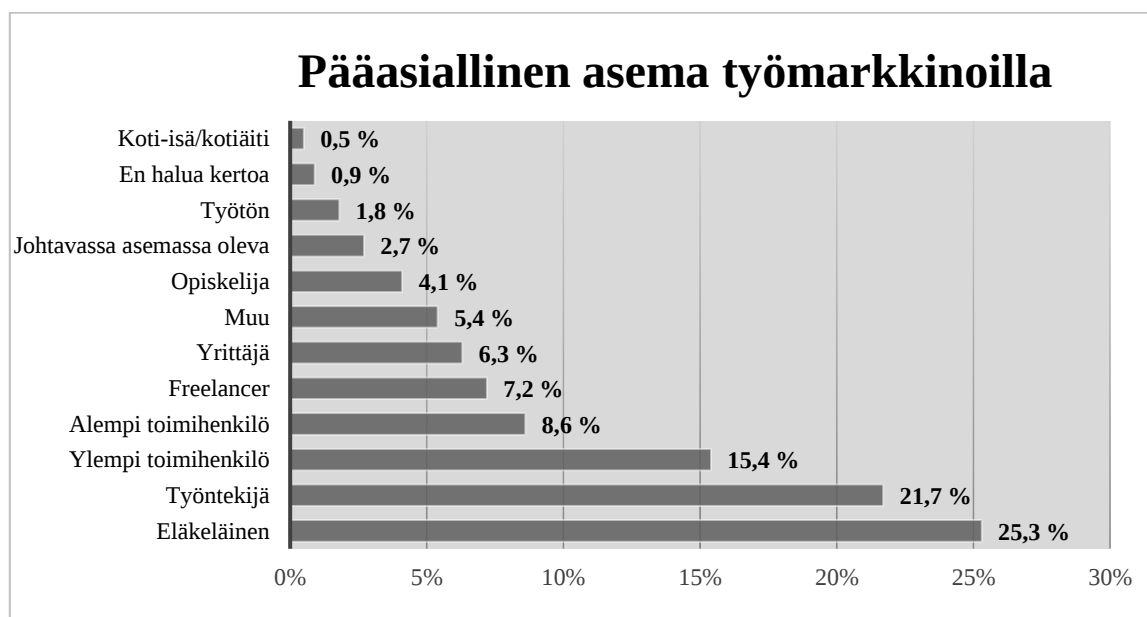
muistutusviestin 27.11. Samoihin aikoihin laadin teatterin kotisivuille uutisen asiakastutkimuksesta. Lisäksi twiittasin aiheesta. Ensimmäisen muistutusviestin julkaisin teatterin Facebook-sivuilla 24.11.

Alun perin kyselyn oli tarkoitus sulkeutua 30.11.2017. Koska vastausprosentti uhkasi jäädä turhan alhaiseksi, päätimme yhdessä teatterinjohtajan kanssa jatkaa vastausaikaa viikolla. Tiedotin aiheesta sekä teatterin Facebook- että Twitter-kanavissa. Lisäksi päivitin teatterin sivuilla olevan uutistekstin. MailChimpin statistiikan mukaan ensimmäinen kutsu kyselyyn tavoitti 400 ja seuraava 390 henkilöä, mikä vastaa noin kolmeakymmentä prosenttia uutiskirjeen 1 276 tilaajista. Suosituin Facebook-postaus tavoitti enimmillään 1 376 henkilöä. Yhteensä Facebook-julkaisut saivat kymmenen tykkäystä. Twiitit saivat yhteensä kolme tykkäystä. Jälkimmäistä twiittiä myös jaettiin kolmesti eteenpäin. Instagram-postaus sai 18 tykkäystä.

3 Tulosten purku: Tyytyväinen, naisvaltainen yleisö

Kartoitin kyselytutkimuksella KokoTeatterin asiakaskunnan rakennetta ja mieltymyksiä laaja-alaisesti. Käsittelen tutkimuksen tuloksia tässä kuitenkin vain niiltä osin kuin ne liittyvät uuden ystäväohjelman suunnitteluun ja auttavat piirtämään kuvan siitä, millainen KokoTeatteri on kävijöidensä silmissä. Kyselyn tavoitteena oli tavoittaa kymmenen prosenttia KokoTeatterin uutiskirjeen tilaajista eli noin 130 vastaajaa. Tavoite täyttyi kirkkaasti, sillä kyselylomakkeeseen tuli yhteensä 223 vastausta. Eräs vastaaja oli tosin täyttänyt lomakkeen kolmasti. Niinpä vastaajien määrä jäi todellisuudessa 221:een. Heistä yli seitsemänkymmentä prosenttia, yhteensä 160 vastaajaa, kertoi olevansa KokoTeatterin uutiskirjeen tilaajia.

Liki seitsemänkymmentä prosenttia vastaajista oli naisia. Miehiä vastaajista oli noin neljännes. Kaksi vastaajaa ilmoitti edustavansa jotain muuta sukupuolta. Viisi ei halunnut kertoa sukupuoltaan. Vastaajien iät vaihtelivat 20 ja 78 vuoden välillä.¹⁶⁸ Ikien mediaani ja moodi olivat 50. Keskiarvo oli 51,3 vuotta, mikä näkyi myös vastaajien toimenkuissa: noin neljännes vastaajista kertoi olevansa eläkeläisiä. Toiseksi suurimman ryhmän vastaajista muodostivat toimihenkilöt. Heidän osuutensa vastaajista oli noin 24 prosenttia. Työntekijöitä vastaajista oli noin 21,7 prosenttia, freelancereita noin 7,2 prosenttia ja yrittäjiä 6,3 prosenttia. Opiskelijoiden, työttömien ja johtavassa asemassa olevien osuudet vaihtelivat 2–4 prosentin välillä. Tarkempi erittely näkyy kuviosta 1.



KUVIO 1: Eläkeläiset, työntekijät ja toimihenkilöt olivat innokkaimpia vastaajia. n = 221

¹⁶⁸ 24 henkilöä ei kertonut ikäänsä.

Vastaajien toimenkuvien jakauma noudattelee aiempien tutkimusten tuloksia. Esimerkiksi Suomen Teatterit ry:n joulukuussa 2016 teettämän kyselytutkimuksen mukaan ahkerimpia teatterin kuluttajia olivat juuri naiset, korkeasti koulutetut, eläkeläiset sekä toimihenkilöt.¹⁶⁹ Heillä on sekä halua että kykyä tukea kulttuuria.

Valtaosa KokoTeatterin asiakaskyselyyn vastaajista ilmoitti asuvansa verrattain lähellä KokoTeatteria. Eniten heitä asui Helsingissä (143), Vantaalla (17), Espoossa (14) ja Keravalla (6). Kaukaisimmat vastaajat olivat Pieksämäeltä, Oulusta ja Kiviniemeltä. Yksitoista henkilöä ei paljastanut asuinpaikkakuntaansa. Pääkaupunkiseutupainotuksesta huolimatta kyselylomakkeeseen vastanneet henkilöt kertoivat käyvänsä melko harvoin KokoTeatterissa. Ainoastaan viisi vastaajaa ilmoitti käyvänsä siellä vähintään viisi kertaa vuodessa. Tosin yksi heistä vastasi mitä ilmeisimmin väärin, sillä lomakkeen muissa kohdissa hän ilmaisi selkeästi, ettei ollut perillä KokoTeatterista tai sen ohjelmistosta. Valtaosa, yli puolet vastaajista, kertoi käyvänsä KokoTeatterissa harvemmin kuin kolmesti vuodessa. Noin joka kuudes vastaajista ei ollut käynyt koskaan KokoTeatterissa. Yleisimpiä selityksiä sille, mikseivät henkilöt vierailleet KokoTeatterissa, olivat teatterin hankala sijainti – vastaaja asui Helsingin ulkopuolella – ja se, ettei ohjelmistosta löytynyt itseä kiinnostavaa sisältöä. Kaksi vastaajaa ilmoitti syyksi hinnat. Viisi vetosi kiireeseen. Kolme kertoi, ettei tuntenut KokoTeatteria.

”Olen yrittänyt päästä paikalle, koska olen jazzin suuri rakastaja. Mutta Koko teatteri on vähän vaikeasti hahmotettava. Onko se konserttitila vai ravintola? Lisäksi paikan sijainti selvisi minulle vasta viime kesänä.”¹⁷⁰

”Ei ole tullut niin mielenkiintoista sisältöä, silloin kun pääsisin paikalle. Käyn harvoin missään. En asu Helsingissä. Olen myös yliherkistynyt, tuoksut ym.”¹⁷¹

Kyselytutkimuksen tulokset ovat samansuuntaisia kuin Suomen Teattereiden teettämän kyselyn, jossa yleisimmiksi syiksi jättää teatterissakäynti väliin mainittiin muun muassa kiinnostuksen puute sekä lippujen liian korkea hinta.¹⁷²

KokoTeatterin tavoitteena on tehdä korkeatasoisia, ajankohtaisia, kantaa ottavia, rohkeita ja yllätyksellisiä esityksiä, jotka yhdistävät eri taiteenlajeja ja haastavat ajattelemaan. Sitä, vastaavatko teatterin visiot asiakkaiden mielikuvaa teatterista, selvitettiin kyselytutkimuksessa kahdella erityyppisellä kysymyksellä. Ensin vastaajia pyydettiin kirjoittamaan vapaasti, millaisia mielikuvia KokoTeatteri heissä herättää. Tämän jälkeen heille esitettiin joukko teatterin olemusta käsitteleviä väittämiä ja vastaajat saivat Likert-asteikkoa käyttäen arvioida,

¹⁶⁹ Suomen Teatterit ry 2017, 8.

¹⁷⁰ Eläkeläinen, 57.

¹⁷¹ Muu, ikä ei tiedossa.

¹⁷² Suomen Teatteri ry 2017, 37.

kuinka hyvin ne vastasivat heidän käsitystään teatterista. Vakikävijöiden eli KokoTeatterissa vähintään 3–4 kertaa vuodessa vierailevien ihmisten avoimissa vastauksissa korostuivat teatterin lämmin ja viihtyisä ilmapiiri, ammattitaito ja laadukkuus sekä monipuolinen ja kiinnostava ohjelmisto.

”Kotoisa, lämmintunnelmainen teatteri ja klubi. tarjoaa monipuolisia elämyksiä.”¹⁷³

”Esitysten vaihtelevuus on KokoTeatteria ja teatterin tilat ovat aikansa kuva, eikä liian sliipattu. Upea paikka!”¹⁷⁴

”Hauska erilainen teatteri, ihana muuntuva tila, mielenkiintoisia produktioita. Hyvä sijainti. Pitäisi päästä jazziaakin kuuntelemaan joskus.”¹⁷⁵

KokoTeatterissa enintään kaksi kertaa vuodessa vierailevien vastauksissa vilahtelivat sanat pienuus, kodikkuus ja intiimiys.

”Kodinomaisuus, ihanan kotikutoinen ja lämmin tunnelma ilman laitospaisuutta.”¹⁷⁶

”Erilainen, persoonallinen, aiheet eivät ole valtavirtaa eivätkä perinteisiä. Hyvä asia siis.”¹⁷⁷

”Hyvä jazzteatteri! Tosin pieni ja tilat vähän kotikutoiset, mutta persoonalliset? Erittäin hyvää teatteria (Jutun loppu)!”¹⁷⁸

”Hetki pitää miettiä, mikä KokoTeatteri onkaan. Sitten muistuu mieleen, sehän on se mukava teatteri hyvällä sijainnilla! Paikka, jonne olen jo monta vuotta aikonut mennä kuuntelemaan Jazzia, mutta vielä en ole päässyt sitä tekemään. KokoTeatterista muistuu mieleen myös punaisuus, sisustuksessa taitaa olla paljon punaista. Ystävällinen henkilökunta ja mielenkiintoiset esitykset.”¹⁷⁹

KokoTeatteria pidettiin myös kokeilevana ja monipuolisena paikkana. Tämä nähtiin sekä positiivisena että negatiivisena piirteenä.

”Kokeilullisia mielenkiintoisia esityksiä. Paikka on oikeasti teatterista kiinnostuneille.”¹⁸⁰

”Modernia teatteritaidetta. Monet näytelmät kuulostavat liian vaikeaselkoisilta.”¹⁸¹

”Kiinnostavia esityksiä ne muutamat mitä olen nähnyt (mm. Tora ja sopu oli todella hyvä!), mutta jotenkin Koko unohtuu, kun harkitsee teatteriin menoa ja jää helposti vaikkapa Q:n tai KOMin tai Ryhmiksen jalkoihin.”¹⁸²

Ei-kävijöiden avoimet vastaukset kiteytyvät kahteen asiaan, kokeellisuuteen ja pienuuteen, mikä tulee hyvin esille eräästä kommentista: ”[KokoTeatteri on] pieni kunnianhimoinen teatteri, joka hakee uusia muotoja ja laajentaa teatterin käsitettä.”¹⁸³ Neljä vastaajaa kertoi

¹⁷³ Freelancer, 47.

¹⁷⁴ Eläkeläinen, 65.

¹⁷⁵ Opiskelija, 38.

¹⁷⁶ Työntekijä, 48.

¹⁷⁷ Alempi toimihenkilö, 55.

¹⁷⁸ Eläkeläinen, ikä ei tiedossa.

¹⁷⁹ Työntekijä, 26.

¹⁸⁰ Ylempi toimihenkilö, 44.

¹⁸¹ Alempi toimihenkilö, 63.

¹⁸² Työntekijä, 30.

¹⁸³ Freelancer, 28.

teatterin erottuvan muista teattereista. Teatteria kuvattiin myös sanoilla intiimi, monipuolinen, mielenkiintoinen, kiinnostava, rohkea, nuorekas, kantaaottava ja nykyaikainen. Yksi piti teatteria outona ja yksi kalliina. Kaksitoista jätti kysymyksen auki tai kertoi, ettei osannut vastata siihen: ”Koko Teatterista ei tule oikein mitään mieleen. Jazz Klubit ovat olleet mukavia.”¹⁸⁴ Vastauksista on hyvä huomata, että valtaosa teatterin ei-kävijöistä on joko teatterin uutiskirjeen tilaajia tai käynyt edes kerran Koko Jazz Clubilla. He ovat siis voineet altistua teatterin viesteille. Ainoastaan yhdeksän vastaajaa kertoi, ettei tilaa teatterin uutiskirjettä eikä ole käynyt koskaan KokoTeatterilla saati sitten Koko Jazz Clubilla.

Yli kahdeksankymmentä prosenttia vastaajista oli joko täysin tai jokseenkin samaa mieltä väitteiden ”KokoTeatteri on kiinnostava”, ”rohkea” ja ”ammattitaitoinen” kanssa. Yli 75 prosenttia vastaajista oli myös täysin tai jokseenkin samaa mieltä siitä, että KokoTeatteri antaa hyvän vastineen rahoille, erottuu muista teattereista, on korkeatasoinen ja ajan hermolla sekä tekee kantaa ottavia teoksia. Väitteen ”KokoTeatteri on vanhanaikainen” kanssa täysin samaa tai jokseenkin samaa mieltä oli alle seitsemän prosenttia vastaajista. Vastausten hajonta näkyy alla olevasta taulukosta.

TAULUKKO 5: Mieti omaa mielikuvaasi KokoTeatterista. Miten hyvin seuraavat määreet sopivat mielestäsi KokoTeatteriin? n = 221

	Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Ei samaa eikä eri mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä
Kiinnostava	102	98	16	5	0
Rohkea	87	96	33	4	1
Yllättävä	60	105	48	7	1
Ammattitaitoinen	94	90	32	4	1
Tekee kantaa ottavia teoksia	83	84	47	6	1
Korkeatasoinen	62	107	41	9	2
Ajan hermolla	78	90	47	6	0
Vanhanaikainen	2	13	45	86	75
Haastaa ajattelemaan	49	108	55	8	1
Yhdistää eri taiteenlajeja (esim. tanssi ja teatteri)	84	91	41	5	0
Erottuu muista teattereista	74	96	45	6	0
Antaa hyvän vastineen rahoille	78	94	46	3	0

Vastaajien kokemukset ja positiivinen suhtautuminen teatterin toimintaan enteilevät hyvää ystävöitoiminnan kannalta. Innostunut ihminen puurtaa näet todennäköisemmin teatterin eteen kuin henkilö, joka inhoaa sitä koko sydämeästään. Kokemuksia kartoittavien kysymysten

¹⁸⁴ Eläkeläinen, 67.

ongelmana kuitenkin on, että muistoilla on tapana haalistua ajan myötä. Yksityiskohdat hämärtyvät ja tosiasiat sulautuvat kuvitelmiin. Niinpä menneisyyden tapahtumista on hankala saada kyselytutkimuksella luotettavaa tietoa. Luotettavuuden arvioinnin kannalta olisi ollut mielenkiintoista selvittää, miten tuoreita vastaajien kokemukset KokoTeatterista ovat. Heiltä olisi esimerkiksi voinut kysyä, milloin he olivat viimeksi käyneet KokoTeatterilla. Kysymys olisi kuitenkin lisännyt lomakkeen pituutta. Lisäksi sen muotoilu olisi tuottanut haasteita: Avoin kysymys olisi voinut karkottaa vastaajat, sillä ihmiset eivät välttämättä muista näkemiensä esitysten nimiä. Alasvetovalikko, johon olisi listattu kaikki KokoTeatterin ja Koko Jazz Clubin esitykset, olisi puolestaan ollut epäkäytännöllisen pitkä.

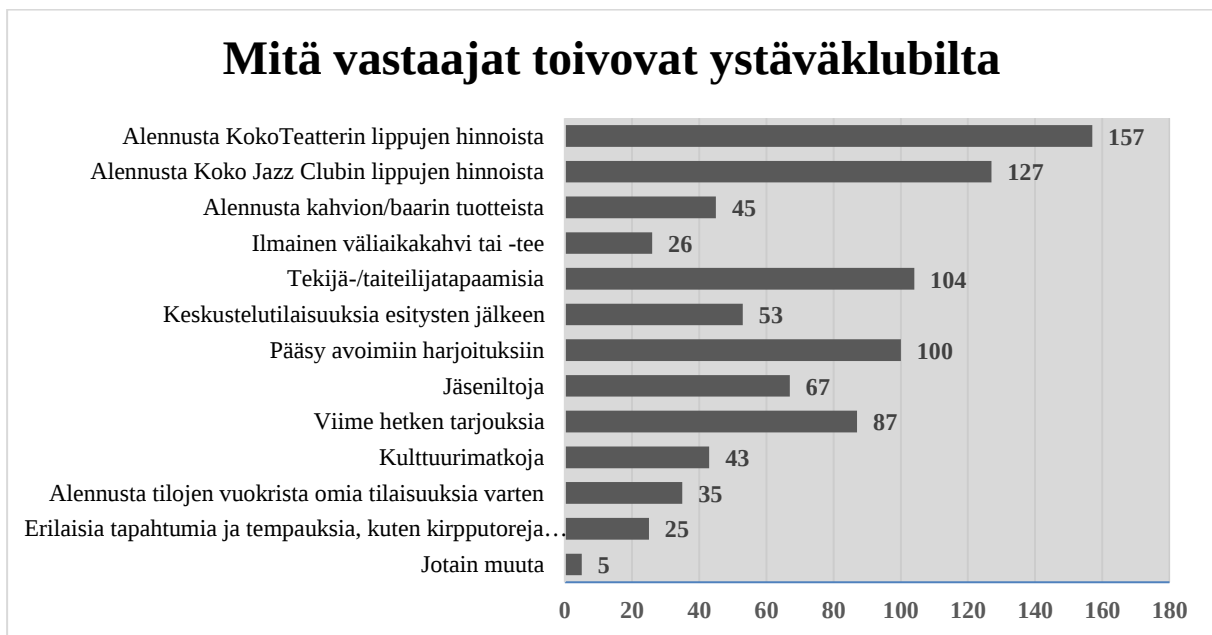
3.1 Kanta-asiakkaita ja kainoja toiveita

Uutta ystävöimintamallia suunniteltaessa on perusteltua selvittää, miten sitoutuneita vastaajat ovat teatteritoimintaan. Ovatko he kenties useiden eri teattereiden kanta-asiakkaita tai kannatusjäseniä? Kyselytutkimuksessa kanta-asiakasohjelmat määriteltiin käyttäjille pääsääntöisesti ilmaisiksi ohjelmiksi, joiden jäsenet ovat oikeutettuja esimerkiksi kanta-asiakasiltoihin ja alennuksiin pääsylippujen hinnoista. Kannatusjäsenyydellä viitattiin ohjelmiin, joissa henkilö sitoutuu tukemaan teatteria taloudellisesti. Reilu neljännes vastaajista, 60 henkilöä, kertoi kuuluvansa vähintään yhteen kanta-asiakasohjelmaan. Useimmiten henkilö kuului joko Kansallisteatterin (25 mainintaa), Ryhmäteatterin (11), Helsingin Kaupunginteatterin (10) tai Teatteri Avoimien Ovien (7) kanta-asiakasohjelmaan. Neljä kertoi olevansa KokoTeatterin kanta-asiakkaita. Tuloksia tarkastellessa on hyvä huomata, ettei millään mainituista teattereista ole käytössään varsinaista kanta-asiakasohjelmaa vaan edut voi saavuttaa tilaamalla uutiskirjeen. Kolme vastaajaa ei kertonut kannattamansa teatterin nimeä.

Kannatusjäsenten määrä jäi otoksessa erittäin pieneksi. Alle kahdeksan prosenttia vastaajista – yhteensä 17 vastaajaa – kertoi olevansa jonkin teatterin kannattajajäsen. Yksi heistä väitti olevansa KokoTeatterin kannatusjäsen, mikä ei pidä paikkaansa, sillä teatterilla ei ole kannatusjäseniä. Niinpä kannatusjäseniä oli todellisuudessa kuusitoista. Heistä viisi kertoi tukevansa jotain vapaan kentän ryhmää, kuusi VOS-teatteria ja yksi harrastajateatteria. Yksi tuki sekä vapaan kentän ryhmää että VOS-teatteria. Yksi kertoi olevansa ylioppilasteatterin kannattajajäsen. Kolme ei paljastanut tukemansa teatterin nimeä. Kun vastaajilta kysyttiin, miten kiinnostuneita he olisivat liittymään KokoTeatterin ystäväklubiin, noin viidesosa (44 vastaajaa) ilmoitti olevansa erittäin kiinnostunut ystävöiminnasta. Hieman alle puolet (102) kertoi olevansa jokseenkin kiinnostunut. Reilu kuudesosa oli vain vähän kiinnostunut ja noin kuusi prosenttia ei ollut lainkaan kiinnostunut. 19 vastaajaa ei osannut ilmaista kantaansa.

Seuraavaksi tutkittavilta tiedusteltiin, mitä ystäväklubin tulisi tarjota, jotta he voisivat harkita liittymistä siihen. Vastaajille esitettiin joukko etuja, joista heidän tehtävänä oli valita 1–5 itselleen tärkeintä asiaa. Yli seitsemänkymmentä prosenttia vastaajista toivoi alennusta KokoTeatterin lipuista ja reilu puolet alennusta Koko Jazz Clubin lippujen hinnoista. Viime hetken tarjouksista oli kiinnostunut noin neljäkymmentä prosenttia vastaajista. Lippuetujen ohella vastauksissa korostui mahdollisuus syventää omaa suhdettaan KokoTeatteriin: Noin joka toinen vastaajista kaipasi tekijä-/taiteilijataapaamisia ja lähes sama määrä pääsyä avoimiin harjoituksiin. Jäsenillat ja esitysten jälkeen pidettävät keskustelutilaisuudet houkuttelivat noin

neljäsosaa vastaajista. Kahvion ja baarin tuotteista saatava alennus ei sitä vastoin herättänyt suurta innostusta. Vain joka viides vastaajista ilmoitti olevansa kiinnostunut alennuksesta. Tulos voisi olla toinen, mikäli teatterilla olisi laajempi tuotevalikoima. Ilmainen väliaikakahvi tai -tee kiinnosti vain noin kymmenesosaa vastaajista. Yhtä harva oli kiinnostunut erilaisista tapahtumista ja tempauksista. Avoimissa vastauksissa toivottiin elokuvia, ilmaislippuja esityksiin, mahdollisuutta osallistua tanssiteoksiin sekä projekteja, joissa olisi mahdollisuus tehdä yhteistyötä eri ammattilaisten kanssa. Yksi vastaajista toivoi, että ystäväklubi olisi kokonaan maksuton. Vastausten tarkempi erottelu näkyy kuvioista 2.



KUVIO 2: Alennukset ja taiteilijatapaamiset olivat vastaajien mieleen. n = 218

KokoTeatterin ystäväklubilaisille on kaavailtu mahdollisuutta osallistua avoiimiin harjoituksiin ja keskustelutilaisuuksiin. Niiden kautta klubilaiset pääsisivät teatterin sisäpiiriin ja saisivat tutustua teoksiin ennen muita. Myös teatteri hyötyisi järjestelystä, kun taiteilijoiden ja yleisön välille syntyisi avoin keskusteluyhteys ja teoksista saisi palautetta jo ennen esityskautta. Kyselytutkimuksen perusteella vastaajat eivät kuitenkaan ole erityisen kiinnostuneita osallistumaan teosten syntyprosessiin. Vain reilu kolmannes vastaajista kertoi olevansa erittäin tai jokseenkin kiinnostunut ottamaan osaa teosten ensimmäiseen lukuharjoitukseen tai antamaan palautetta harjoitusten jälkeen. Vielä harvempi, noin neljäsosa vastaajista, kertoi olevansa joko erittäin tai jokseenkin kiinnostunut osallistumaan käsikirjoituksen valmistamiseen tai muokkaamiseen. Hieman alle puolet vastaajista oli erittäin tai jokseenkin kiinnostunut ottamaan osaa ensi-illan jälkeen pidettävään palautekeskusteluun. Tarkempi jaottelu näkyy taulukosta 6. Positiivisimmin teosten syntyprosessiin osallistumiseen

suhtautuivat Helsingissä asuvat työikäiset naiset. Huomattava osa heistä työskenteli joko yrittäjänä tai freelancerina. Yli kolmasosa vastaajista ilmoitti, että haluaa seurata teosten syntyprosessia ilman, että hänen tarvitsee antaa palautetta tai osallistua siihen muilla tavoin. Reilu viidesosa ilmoitti, ettei halua osallistua millään tavalla esitysten kehittämiseen.

TAULUKKO 6: Kuinka kiinnostunut olisit ottamaan osaa seuraaviin toimintoihin? n = 211

	Erittäin kiinnostunut	Jokseenkin kiinnostunut	En osaa sanoa	En kovin kiinnostunut	En lainkaan kiinnostunut
Osallistuminen käsikirjoituksen valmistamiseen/muokkaamiseen	26	34	22	61	68
Osallistuminen uuden teoksen ensimmäiseen lukuharjoitukseen	22	62	18	51	57
Palautekeskustelu harjoitusten jälkeen	26	57	20	52	55
Palautekeskustelu ensi-illan jälkeen	34	70	18	41	42

Aktiivinen osallistuminen ei näytä olevan muutenkaan lähellä vastaajien sydäntä. Kun tutkittavilta tiedusteltiin heidän halukkuuttaan vapaaehtoistyön tekemiseen, alle viidesosa kertoi olevansa edes jokseenkin kiinnostunut ottamaan osaa teatteria koskeviin talkoisiin tai ryhtymään teatteriasiamieheksi. Harvempi kuin joka kymmenes oli kiinnostunut pistämään pystyyn keräyksen teatterin hyväksi tai jakamaan julisteita ja esitteitä pienryhmissä. Yli neljäkymmentä prosenttia vastaajista kertoi suoraan, ettei ole lainkaan kiinnostunut edellä mainituista aktiviteeteista. (Katso taulukko 7.) Tämä on sinänsä kiinnostavaa, sillä Tilastokeskuksen vapaa-aikatutkimuksen mukaan yli neljännes kymmenen vuotta täyttäneistä suomalaisista oli tehnyt vuonna 2017 vapaaehtoistyötä. Yleisimmin vapaaehtoistyötä tekivät 35–44-vuotiaat, harvimminkin yli 75-vuotiaat. Sosioekonomisten tekijöiden mukaan jaoteltuna innokkaimpia vapaaehtoistyöntekijöitä olivat yrittäjät ja ylemmät toimihenkilöt: noin neljäkymmentä prosenttia heistä ilmoitti tehneensä vapaaehtoistyötä.¹⁸⁵

TAULUKKO 7: Kuinka kiinnostunut olisit osallistumaan KokoTeatterilla seuraaviin aktiviteetteihin? n = 218

	Erittäin kiinnostunut	Jokseenkin kiinnostunut	En osaa sanoa	En kovin kiinnostunut	En lainkaan kiinnostunut
Talkoot (esim. pienet remontti- ja kunnostustyöt)	6	35	13	65	97
Julisteiden ja esitteiden jakelu kaupungille pienryhmissä	4	17	11	71	115
Keräyksen järjestäminen teatterin hyväksi	1	17	13	82	103
Teatteriasiamiestoiminta	1	34	16	60	105

¹⁸⁵ Suomen virallinen tilasto 2019.

3.2 Kuka päättää, mitä katsotaan?

Potentiaalisten klubilaisten tavoittamiseksi on tärkeä selvittää, mistä kanavista ihmiset hakevat tietoa teattereista. Suomen Teattereiden teettämän kyselyn mukaan vastaajat saivat vuonna 2016 tietoa esityksistä useimmiten lehtiartikkeleista ja uutisista, lehti-ilmoituksista ja tuttavilta tai sukulaisilta. Teattereiden kotisivut ja muut julkaisut sijoittuivat sijoille neljä ja viisi. Teatteriarvostelut löytyvät puolestaan sijalta seitsemän heti sosiaalisen median jälkeen.¹⁸⁶ KokoTeatterin asiakastutkimuksessa asiaa tutkittiin esittämällä vastaajille joukko tiedotustapoja ja -kanavia, joista heidän tuli valita korkeintaan kolme ensisijaisesti käyttämäänsä vaihtoehtoa. Tuloksissa kaksi tapaa nousi yli muiden. Suosituimmaksi kanavaksi nousivat KokoTeatterin verkkosivut 139 äänellä. Kakkossijaa hallitsi uutiskirje lähes yhtä monella äänellä (136). Kolmannelle sijalle kipusi KokoTeatterin Facebook-sivu 63 äänellä. Kulttuurihaitari, teatterin Instagram-tili ja Twitter jäivät hännänhuipuiksi. Avoimissa vastauksissa kaksi vastaajaa kertoi saavansa tietoa kollegoiltaan. Kaksi ilmoitti seuraavansa teatterin sähköistä ilmoitustaulua.

Kun vastaajia pyydettiin nimeämään kolme tärkeintä syytä, joiden perusteella he valitsevat, mihin esitykseen he kulloinkin menevät, tärkeimmäksi valintakriteeriksi nousi kiinnostava aihe 175 äänellä. Esityksen lajityyppi (90 ääntä) ja kiinnostavat/tunnetut tekijät (87) nousivat kakkossijalle. Esityksestä tehty ennakkojutut saivat 71, tuttavan suositus 63, esitysarviot 58 ja mainokset 44 ääntä. Pääsylipun hinnan nimesi 40 vastaajaa. Tulos on ystäväklubin kannalta suotuista. Koska yli neljännes vastaajista ilmoitti luottavansa tuttavan suositukseen, avoimista harjoituksista innostuneet klubilaiset voisivat toimia esitysten suosittelijoina ja auttaa täyttämään katsomot.

Teatterin kannalta olisi ihanteellista saada uuden ystäväklubin jäseniksi henkilöitä, jotka päättävät kulttuuririentoihin osallistumisesta itse ja houkuttelevat mukaansa muita ihmisiä. Lähes kuusikymmentä prosenttia KokoTeatterin kyselyyn vastanneista ilmoitti käyvänsä teatterissa useimmiten puolisonsa tai kaverinsa kanssa. Kaveriporukalla tai työtovereiden kanssa teatterireissuja teki reilu kuudesosa vastaajista. Yksin kävi vain noin joka viidennes vastaajista. Ainoastaan kaksi vastaajaa kertoi käyvänsä teatterissa yleensä perheensä kanssa. Noin puolet vastaajista, 116 henkilöä, kertoi päättävänsä teatterikäynnistä yleensä itse ja lähes yhtä iso osuus, 99 vastaajaa, yhdessä jonkun toisen kanssa. Seitsemän kertoi, että päätöksen

¹⁸⁶ Suomen Teatteri ry 2017, 47.

teatteriin lähtemisestä tekee puoliso tai tuttava. Yksikään ei maininnut aloitteen tekijäksi työnantajaa tai harrastusryhmää.

Liki kuusikymmentä prosenttia vastaajista kertoi suunnittelevansa teatterikäyntinsä tarkoin ja varaavansa liput vähintään kaksi viikkoa etukäteen. Noin kolmekymmentä prosenttia vastaajista ilmoitti hankkivansa lippunsa vähintään pari päivää etukäteen. Vain noin joka kymmenes vastaaja kertoi elävänsä hetkessä ja päättävänsä vasta samana päivänä, mihin esitykseen menee. Tulosten valossa esitysten ennakkomarkkinointi ystäväklubin kautta voisi olla tehokas tapa varmistaa, että potentiaalisilla asiakkailla on aikaa raivata esityksille tilaa kalenteristaan.

3.3 Tulosten luotettavuudesta

Puhuttaessa tutkimuksen luotettavuudesta käytetään yleensä kahta eri termiä: validiteettia ja reliabiliteettia. Tutkimuksen validiteetilla tarkoitetaan sitä, missä määrin tutkimus mittaa sitä, mitä sen pitikin mitata. Reliabiliteetilla viitataan tutkimuksen tarkkuuteen.¹⁸⁷ Pysyisivätkö tulokset samoina, jos tutkimus toistettaisiin? Kyselytutkimuksen luotettavuuteen vaikuttavat monet eri tekijät, kuten vastausprosentti ja se, miten hyvin vastaajat edustavat tutkimuksen perusjoukkoa.¹⁸⁸ Suomalaista teatteria koskevasta asiakaskyselystä tulee tuskin kattava, jos siihen vastaa vain ruotsalaisia. Väärin suunnatun jakelun ohella mahdollisiin virhetuloksiin voivat johtaa niin sisällölliset, tilastolliset kuin vaikkapa teknisetkin ongelmat. KokoTeatterin asiakaskyselyyn vastasi yli kymmenen prosenttia sen uutiskirjeen tilaajista. Niinpä vastaajat edustavat melko hyvin tutkimuksen perusjoukkoa. Uutiskirjeeseen lipsahtanut väärä linkki saattoi tosin vähentää kohderyhmän vastaushalukkuutta. Ilman virhettä osallistujamäärä olisi voinut olla suurempi.

Eräs kyselylomakkeen heikkouksista on se, etteivät tutkija ja vastaajat koskaan kohtaakaan. Niinpä tutkijan on mahdotonta tietää, miksi ja miten rehellisesti henkilöt ovat vastanneet kyselyyn. Ovatko he halunneet saada äänensä kuuluville, vaikuttaa asioihin vai kenties johtaa tutkijaa harhaan? Tutkimuksen perusteella vaikuttaa siltä, että KokoTeatteri ja sen ystävöihjelma herättävät ihmisissä myönteisiä tunteita. On kuitenkin mahdollista, että kyselyyn vastasivat lähinnä ne ihmiset, jotka suhtautuvat valmiiksi positiivisesti KokoTeatteriin ja ne, jotka suhtautuvat siihen kriittisesti, jättivät yksinkertaisesti vastaamatta. Innokkaiden teatterikävijöiden ohella kysely tavoitti useita KokoTeatterin ei-kävijöitä. Lisäksi siihen vastasi henkilöitä, jotka asuvat satojen kilometrien päässä teatterista. Mahdollisuus voittaa lahjakortti on mitä ilmeisimmin toiminut ainakin osalla pääasiallisena syynä vastata kyselyyn. Vai mitä pitäisi ajatella siitä, että yksi vastaajista täytti lomakkeen kolmasti? Opportunismien ohella vastaajien maantieteellinen hajonta kertoo sosiaalisen median mahdollisuuksista. Kun yksittäiset ihmiset tykkäävät postauksista ja jakavat niitä eteenpäin, viestit leviävät kuin pisaratartunta. Näin ne voivat tavoittaa myös sellaisia henkilöitä, jotka ovat kaukana teatterin vakioasiakkaista saati sitten tienneet mitään teatterin olemassaolosta.

Yksittäisten vastaajien kohdalla on mahdollista, että he ovat vastanneet kysymyksiin väärin. Eräs vastaajista esimerkiksi väitti käyvänsä KokoTeatterissa säännöllisesti, mutta ilmaisi

¹⁸⁷ Vehkalahti 2008, 40–41.

¹⁸⁸ Emt., 12.

muissa kohdissa sanallisesti, ettei hänellä ole mitään kokemusta kyseisestä teatterista. Olen pyrkinyt havaitsemaan vastaavan kaltaiset ristiriitaisuudet, jotta ne eivät vääristäisi tuloksia.

4 Kuinka koukuttaa kävijät

KokoTeatterissa ystäväohjelman lanseeraamista on perusteltu muun muassa uskollisten asiakkaiden huomioimisella: ohjelman on tarkoitus toimia keskustelukanavana, jonka kautta teatteri oppii ymmärtämään aiempaa tarkemmin, millaisia toiveita ja tarpeita sen yleisöllä on. Lähtökohta heijastelee suhdemarkkinoinnin ajatusta siitä, miten asiakkaat tulee nähdä kasvottoman massan sijasta yksilöinä. Kuten Evert Gummesson kirjoittaa, jäsenohjelman avulla asiakkaista voidaan kerätä yksityiskohtaisia tietoja, mikä mahdollistaa markkinoinnin ja tarjonnan räätälöimisen.¹⁸⁹ Tiedollisten tarpeiden ohella ystäväohjelmien perustamishaaveisiin vaikuttaa teattereissa yleensä tukku muita tavoitteita. Vaikka tavoitteita on esitelty jo aiemmin, lyhyt kertaus on paikallaan.

Liz Hill ja Brian Whitehead listaavat kirjassaan *The Complete Membership Handbook* viisi syytä jäsenohjelman pyörittämiselle:

1. Jäsenmaksuista saatavat tuotot.
2. Ostoista koituva tulovirta: uskolliset jäsenet ostavat liput mieluummin tukemaansa teatteriin kuin vaikkapa museoon.
3. Ohjelmat toimivat varainkeruukanavina: mikäli henkilö liittyy jäsenohjelmaan, hän on todennäköisesti valmis tukemaan organisaatiota enemmänkin.
4. Mahdollisuus halpaan työvoimaan: jäsenten joukosta voi löytyä hyviä vapaaehtoisia.
5. Joukkovoima: oma ääni on helpompi saada kuuluviin, kun tukena on laaja taustajoukko.¹⁹⁰

Taloudellisen tuen ohella ohjelma voi siis hyödyttää teatteria niin henkisesti kuin fyysisestikin. Lainopillisia neuvoja jakavien asiantuntijoiden ohella jäsenistöstä voi löytyä esimerkiksi innokkaita timpureita tai sähkömiehiä, jotka laittavat paikat korvauksetta kuntoon. Mutta mistä teatterin kannattaa sitten aloittaa, mikäli se haluaa perustaa oman ystäväklubin? Hillin ja Whiteheadin mukaan kaikki lähtee suunnittelusta. Ensimmäisenä pitää miettiä, miksi jäsenohjelma halutaan perustaa ja mihin sillä pyritään. Tavoitteiden tulee olla konkreettisia, jotta niiden toteutumista voidaan mitata ja arvioida. Mitattavia muuttujia voivat olla esimerkiksi jäsenten määrä sekä jäsenmaksuista ja varainkeruusta saatavat tuotot.¹⁹¹

Taide- ja kulttuuriorganisaatioita rahankeräystoiminnassa tukevan ja avustavan Apollo Fundraising -yhtiön johtaja David Burgess on samoilla linjoilla. Hän muistuttaa, ettei

¹⁸⁹ Gummesson 2004, 156.

¹⁹⁰ Hill & Whitehead 2007, 23–24.

¹⁹¹ Emt., 50 ja 55.

ystävöohjelmaa kannata perustaa vain sen takia, että muillakin on sellainen. Monet ystävöohjelmat ovat näet tehottomia, eivätkä ne täytä tehtäväänsä. Ongelmia syntyy Burgessin mukaan silloin, kun ystävöohjelma perustetaan miettimättä käytännön toteutusta ja sitä, mitä hyötyä siitä on kohderyhmälle. Ohjelman epäonnistumiseen voivat johtaa hänen mielestään muun muassa huonosti valitut jäsenedut. Ystäville on turha tarjota esimerkiksi ennakkovaraajan etua, jos näytökset eivät myy juuri koskaan loppuun ja lippuja voi ostaa tiskiltä vielä pari minuuttia ennen esitysten alkua. Toinen ongelma liittyy erilaisten jäsenten tunnistamiseen ja heidän tarpeidensa täyttämiseen. Koska ystävien intressit vaihtelevat – yksi on voinut liittyä mukaan puhtaasti säästömielessä, toinen kiillottaakseen imagoaan, kolmatta kiinnostavat yhdessäolo ja mahdollisuus tehdä hyvää – on järjetöntä tarjota heille vain yhtä osallistumismallia. Jotta ystäväklubin koko potentiaali saadaan hyödynnettyä, teatterin täytyykin Burgessin mukaan tarjota ihmisille heitä kiinnostavia osallistumistapoja, oli kyse sitten talkootöistä tai keräyksen järjestämisestä. Lisäksi sen tulee tunnistaa kaikista arvokkaimmat ystävät ja pyrkiä muodostamaan vahva side heihin. Muutoin suuret lahjoitukset voivat mennä sivu suun.¹⁹²

Talous tasapainoon

Eräs ystävöohjelmien kompastuskivistä on resurssien hallinta. Teatterin kannalta on tärkeä laskea, että ohjelman tulot ja menot ovat tasapainossa. Kuluja syntyy muun muassa ystävöohjelman markkinoinnista, mahdollisten jäsenkorttien valmistamisesta sekä tilaisuuksien järjestämisestä. Lisäksi jäsenille tarjottavat edut pienentävät myynnistä saatavia tuloja. Mikä vieläkin oleellisempaa, ystävöohjelman pyörittäminen vie aikaa ja sitoo työvoimaa. David Burgess kehottaakin kiinnittämään huomiota talouspuoleen: ystävöohjelma kannattaa perustaa vain siinä tapauksessa, että siitä saatavat tulot ylittävät toiminnan pyörittämisestä koituvat kulut. Oikein käytettyinä alennukset voivat toimia kuten kauppojen sisäänvetotuotteet – kuvitellessaan säästävänsä muutaman euron, asiakas päätyy kuluttamaan enemmän rahaa kuin olisi ilman alennusta tehnyt. Lähtökohtaisesti jäsenille ei kannata jaella etuja ja alennuksia, ellei rahallinen panostus näy kassavirran kasvuna.¹⁹³ Jotta mahdollisilta ongelmilta vältyttäisiin, organisaation tulee Liz Hillin ja Brian Whiteheadin mukaan lyödä numerot pöytään. Ensin on arvioitava, kuinka monta jäsentä ohjelmalla tulee olemaan ja kuinka paljon heistä syntyy kuluja. Seuraavaksi lukua tulee verrata odotettavissa oleviin

¹⁹² Burgess 2017, 4–5.

¹⁹³ Emt., 3.

tuloihin. Miten isolla summalla jäsenet tulevat ostamaan esimerkiksi lippuja ja lisäpalveluita? Mikäli kulut ovat tuloja suuremmat, vaihtoehtoja on kolme: joko jäsenohjelma on hylättävä, tulorakennetta on rukattava (jäsenmaksua on korotettava tai etuja vähennettävä) tai sitten epäsuhta on paikattava muilla tuloilla.¹⁹⁴ Jotta potentiaalisten jäsenten määrä saataisiin selville, organisaation kannattaa tehdä aiheesta tutkimus. Samalla on hyvä selvittää, mikä olisi jäsenten ja teatterin kannalta paras paketti etuja. Toisin sanoen, mitä asioita kannattaa tarjota millekin ryhmälle.¹⁹⁵

Jäsenmaksun suuruutta mietittäessä tulee Liz Hillin ja Brian Whiteheadin mukaan ottaa huomioon kilpailu. Verrattain harva kun viitsii olla useassa ohjelmassa yhtä aikaa jäsenenä. Kyse on sekä rahan että ajan käytöstä – harva pystyy ottamaan monesta jäsenyydestä kaikkea irti. Kilpailutilanteen ohella organisaation pitää miettiä kaksikon mukaan potentiaalisten jäsenten sosioekonomista taustaa ja maksukykyä. Mikäli nämä ovat varakkaita, liian matala jäsenmaksu voi tuntua heistä epäilyttävältä ja ajaa heidät pakosalle.¹⁹⁶ Halvoissa hinnoissa on myös uhkana, ettei jäsenmaksuilla pystytä kattamaan kuluja.¹⁹⁷ Liian korkea jäsenmaksu puolestaan rajaa jäsenohjelman pienen piirin viihteeksi. Suomessa jäsenohjelmissa on useimmiten vain yksi maksuluokka. Henkilöjäsenten maksujen suuruus vaihtelee nolasta eurosta satoihin euroihin. Yritys- ja yhteisöjäsenien vuosimaksut liikkuvat sadan euron molemmin puolin.

David Burgess kritisoi ohjelmia, joissa jäsenmaksu on kaikille sama riippumatta siitä, miten varakkaita tukijat ovat: ”If your individual giving programme consists of one ask at one level you are probably not fundraising efficiently – especially if the amount you ask for is lower than the average gift people would make if you didn’t specify an amount.”¹⁹⁸ Jäsenmaksun määrää ei kannata silti jättää kokonaan auki, sillä ihmisillä on tapana pihistellä tilaisuuden tullen.¹⁹⁹ Käytännössä jäsenmaksulle voidaan määrätä vähimmäismäärä, jonka henkilö voi halutessaan ylittää. Näin toimii esimerkiksi esittävän taiteen kollektiivi Vaara. Sen jäsenmaksu on vähintään euron. Ylärajaa ei ole määritelty.²⁰⁰

¹⁹⁴ Hill & Whitehead 2007, 93.

¹⁹⁵ Emt., 56.

¹⁹⁶ Emt., 94.

¹⁹⁷ Emt., 23.

¹⁹⁸ Burgess 2017, 3.

¹⁹⁹ Kun suomalainen peliyhtiö Frozenbyte lanseerasi vuonna 2011 kampanjan, jossa asiakkaat saivat maksaa yhtiön peleistä, mitä haluavat, osa ostajista maksoi vain muutamia senttejä. Niinpä pelipakettien keskihinta jäi noin kymmeneen prosenttiin pelien oikeasta arvosta. (Lappalainen 2011.)

²⁰⁰ Vaara 2017.

Porrastetussa jäsenohjelmassa hinnat ja edut kannattaa asettaa Hillin ja Whiteheadin mukaan niin, etteivät ne ole liian lähellä toisiaan. Epäselvä hinnoittelu näet hämmentää jäsenehdokkaita. Toisaalta hintaerojen ei kannata myöskään olla liian suuria. Yhtiöpäisessä hinnoittelussa on vaarana, että jäsenet pitävät hyppyä portaalta toiselle liian kalliina ja madaltavat siksi odotuksiaan ajatellen ”nämä edut riittävät minulle”. Ylin luokka tulee rakentaa kaksikon mukaan avokätisiä hyväntekijöitä ajatellen. Vaikka kukaan ei sitten olisikaan valmis maksamaan siitä vaadittua hintaa, luokka saa muut tasot vaikuttamaan kohtuuhintaisimmilta.²⁰¹ Hyvänä esimerkkinä laajasta hintahaitarista toimii jo aiemmin mainittu Tero Saarinen Company. Sen ystäväohjelmassa ylimmän ja alimman hintaluokan ero on hulppeat 4 965 euroa.²⁰²

Jäsenmaksujen lisäksi teatterille voidaan kerätä varoja hyväntekeväisyyden kautta. Ihmisille kannattaakin Hillin ja Whiteheadin mukaan tarjota mahdollisuus tukea organisaatiota tekemällä sille lahjoituksia.²⁰³ Huoneteatteri Jurkan Kannatusyhdistyksen sääntöihin on esimerkiksi kirjattu suoraan, että yhdistyksellä on oikeus vastaanottaa muun muassa lahjoituksia ja testamentteja sekä järjestää arpajaisia ja varainkeruukampanjoita.²⁰⁴ Varainkeruuta ei pidä käsitellä Hillin ja Whiteheadin mukaan niin kuin mitä tahansa kaupallista kanssakäymistä. Ellei sitten halua epäonnistua. Lahjoittajat eivät näet pidä siitä, että heille yritetään myydä asioita. Järkevintä on ajatella, että varainkerääjät ja lahjoittajat ovat kollegoita, jotka työskentelevät yhteisen asian eteen.²⁰⁵ Vaikka yksittäiset lahjoitukset ovat hyvistä, organisaation kannalta on hyödyllisempää luoda pitkäaikaisempia suhteita lahjoittajiin. Säännöllinen kanssakäyminen jäsenten ja taustaorganisaation kanssa sekä mahdollisuus tehdä vapaaehtoistyötä voivat auttaa luomaan siteen, joka altistaa jäsenet ryhtymään lahjoittajiksi.²⁰⁶

Jäsenohjelman muoto

Kun ystäväohjelman suunnittelutyö on polkaistu käyntiin, seuraava askel on valita ohjelman muoto. Sopisiko tehtävään perinteinen kanta-asiakasohjelma vai vapaamuotoinen kerho? Vai kaivataanko kenties erillistä organisaatiota? Sarah Gee sekä Hill ja Whitehead suosittelevat

²⁰¹ Hill & Whitehead 2007, 94–95.

²⁰² Tero Saarinen Company 2020.

²⁰³ Hill & Whitehead 2007, 94–95.

²⁰⁴ Teatteri Jurkka 2020.

²⁰⁵ Hill & Whitehead 2007, 27.

²⁰⁶ Emt., 28–29.

suosimaan integroituja jäsenohjelmia (*Integrated Members' Scheme*), sillä ne takaavat lankojen pysymisen omissa käsissä.²⁰⁷ Bussell ja Forbes liputtavat ammattimaisesti johdettujen, itsenäisten organisaatioiden puolesta.²⁰⁸ Eri tapoja jäsentää ystävöohjelmia on käsitelty tarkemmin luvussa 1.1.

Suomessa teatterit houkuttelevat asiakkaita yleensä joko kannattajajäseniksi tai tarjoavat heille mahdollisuuden liittyä teatteria pyörittävän kannatusyhdistyksen jäseneksi. Suurin eroavaisuus mallien välillä on se, että toisin kuin tavallisilla jäsenillä, kannattajajäsenillä ei ole äänioikeutta eikä siten sananvaltaa organisaatiossa. Sananvallan rajoittaminen on Hillin ja Whiteheadin mukaan usein käytännöllistä, sillä se ehkäisee ongelmien syntymistä. Kaksikon mukaan ihmisillä on usein tapana jättää äänestämättä. Pulmalliseksi tämä muuttuu silloin, kun ääntään käyttävät vain ne jäsenet, joiden mielipiteet eivät edusta valtavirtaa. Tällöin he saattavat viedä ohjelmaa väärään suuntaan.²⁰⁹ Joskus järkevintä on perustaa ystävätoimintaa varten oma erillinen yhdistyksensä. Käytännön esimerkki löytyy pääkaupunkiseudulta: Teatteri Vantaan toiminnasta vastaa Teatteri Vantaan kannatusyhdistys ry ja ystävätoiminnasta Teatteri Kehä III:n ystävät ry. Ystäväyhdistyksen perustamiseen vaikutti Teatteri Kehä III:n ystävien puheenjohtaja Matti Lahtisen mukaan resurssipula: "...teatterilla ei ole henkilöitä, jotka olisivat ehdineet keskittyä kannatusjäsenten hankintaan ja heidän rekisterinsä ylläpitämiseen. Niinpä ainoa toimiva vaihtoehto oli Ystävät-yhdistyksen perustaminen."²¹⁰

Yhdistysten perustamisesta ja pyörittämisestä säädetään yhdistyslaissa. Lain mukaan perustettavan yhdistyksen perustamisasiakirjasta tulee selvitä muun muassa yhdistyksen nimi, kotipaikka, tilikausi sekä yhdistyksen hallituksen jäsenten, tilintarkastajien sekä toiminnantarkastajien lukumäärä ja toimikausi. Lisäksi säännöissä pitää määritellä, mitä varten yhdistys on perustettu, miten se toteuttaa tarkoitustaan, onko jäsenyys maksullista ja millaisia erityisiä velvollisuuksia jäsenillä on.²¹¹ Yhdistyksille suunnattuja valmiita sääntömalleja löytyy Patentti- ja rekisterihallituksen sivuilta.²¹² Ne antavat hyvän pohjan sääntöjen laatimiselle. Verotusta ajatellen on hyvä pitää mielessä, että kaikki paitsi yleishyödylliset yhdistykset ja säätiöt joutuvat maksamaan Suomessa kaikista tuloistaan 20

²⁰⁷ Hill & Whitehead 2007, 50–51; Gee 2011, 10.

²⁰⁸ Bussell & Forbes 2006, 48.

²⁰⁹ Hill & Whitehead 2007, 20–21.

²¹⁰ M. Lahtinen, sähköposti 25.3.2019.

²¹¹ Yhdistyslaki 1989, 8 §.

²¹² Patentti- ja rekisterihallitus 2020.

prosenttia veroa. Mikäli yhdistystä ei ole rekisteröity, verottaja kohtelee sitä yhtymänä ja perii verot sen jäsenten tulona.²¹³ Arvonlisäverovelvolliseksi yleishyödyllinen yhdistys joutuu silloin, kun sen liikevaihto on enemmän kuin 10 000 euroa vuodessa.²¹⁴

Yhdistyksen perustamisen sijasta muutamissa suomalaisissa teattereissa asiakkaiden sitouttaminen on toteutettu perustamalla kaikille ilmainen kanta-asiakasklubi tai teatterikerho. Kyse on kuitenkin häviävän pienestä joukosta. Olipa ohjelman malli mikä hyvänsä, sille täytyy luoda Hillin ja Whiteheadin mukaan budjetti, ja siihen liittyviä tuloa ja menoja pitää pystyä hallitsemaan. Mikäli varat halutaan pitää erillään teatterin taloudesta, ohjelmalle on hyvä avata oma tili.²¹⁵

Vapaaehtoiset vs. palkattu henkilökunta

Muodon jälkeen on aika miettiä henkilöstöasioita. Palkataanko jäsenohjelmaa varten työntekijöitä vai pyritäänkö toimintaa pyörittämään esimerkiksi vapaaehtoisvoimin?²¹⁶

Vapaaehtoistyö on TE-palveluiden mukaan ”yleishyödyllisten päämäärien edistämiseen tai taloudellista voittoa tavoittelemattoman yhteisön toiminnan tukemiseen liittyvää työtä”, josta ei saa rahallista korvausta. Työhön kuuluvaa ruokailua tai tavanomaista tarjoilua ei lasketa palkaksi. Myöskään osallistumisesta aiheutuvien kulujen, kuten bussilippujen, korvaamista ei rinnasteta palkan saamiseen.²¹⁷

Vapaaehtoisten suosiminen on kuin kaksiteräinen miekka: Vapaaehtoisille ei toki tarvitse maksaa palkkaa, mutta he eivät myöskään välttämättä ole yhtä päteviä kuin palkatut ammattilaiset. Lisäksi heidän motivaatiossaan voi olla parantamisen varaa.

Vapaaehtoistyöhön liittyy Hillin ja Whiteheadin mukaan muutama muukin mutta:

1. Kaikki eivät halua tehdä vapaaehtoistyötä.
2. Kaikista ei ole tekemään vapaaehtoistyötä.
3. Vapaaehtoistyöhön liittyy lainsäädäntöä ja rajoituksia.²¹⁸

Teatterin kannattaa esimerkiksi huomata, etteivät vapaaehtoistoiminnasta kiinnostuneet työttömät työntekijät ole oikeutettuja työttömyysturvaan, mikäli he työskentelevät ”sellaisissa

²¹³ Verohallinto 2020a.

²¹⁴ Verohallinto 2020b.

²¹⁵ Hill & Whitehead 2007, 64–65.

²¹⁶ Emt., 62–63.

²¹⁷ TE-palvelut 2020.

²¹⁸ Hill & Whitehead 2007, 31–32.

tehtävissä, jotka yleisesti tehdään työsuhteessa tai yritystoimintana”²¹⁹. Työsuojeluhallinnon sivujen mukaan vapaaehtoistyöhön sovelletaan työturvallisuuslakia rajoitetusti. Tästä huolimatta työnantajan täytyy huolehtia siitä, ettei vapaaehtoistyöntekijän terveys tai turvallisuus vaarannu työn aikana. Lisäksi työstä on tehtävä sopimus, joka velvoittaa sekä vapaaehtoistyöntekijää että työnantajaa huolehtimaan velvoitteistaan.²²⁰ Mikäli organisaatiossa on vapaaehtoisten ohella palkattua henkilökuntaa, sen pitää määritellä tarkkaan, mitkä tehtävät kuuluvat vapaaehtoisille ja mitkä palkatulle henkilökunnalle.²²¹ Esimerkki vapaaehtoisten ja palkatun työväen yhdistämisestä löytyy Päijät-Hämeestä. Lahden kaupunginteatteria tukeva Lahden Teatterikerho ry rahoittaa toimintaansa pyörittämällä kahvila-ravintolaa teatterin tiloissa. Kahviota pyörittävät vapaaehtoiset, minkä lisäksi yhdistyksellä on viisi palkattua työntekijää. Jäseniä yhdistyksessä on noin 650.²²² Vapaaehtoisille yleisesti soveltuvia tehtäviä ovat Hillin ja Whiteheadin mukaan muun muassa postitukset sekä jäsentilaisuuksien isännöinti.²²³

Hill ja Whitehead varoittavat, että ajatus palkattomasta työstä voi tuntua joistain vastenmieliseltä. Mikäli ystäväohjelman jäsenyyttä harkitseva henkilö inhoaa vapaaehtoistyötä ja kuvittelee, että sen tekeminen on pakollista kaikille, hän saattaa jättää jäsenhakemuksen täyttämättä. Toisaalta osa ihmisistä saattaa haluta tehdä vapaaehtoistyötä ilman, että heidän tarvitsee liittyä jäseneksi ja maksaa jäsenmaksua. Niinpä jäsenohjelmaan liittymisen ei pitäisi olla edellytys vapaaehtoistyön tekemiselle.²²⁴ Suomessa neuvoa noudattaa esimerkiksi Mustan ja Valkoisen Teatterifestivaali, joka toivottaa kaikki tervetulleiksi tekemään talkootöitä.²²⁵

Jäsenyyden tasot: Yksi vai useampi luokka?

Kun perusasiat ovat hallinnassa, on aika miettiä, ketkä hyväksytään ohjelman jäseniksi. Tarjotaanko jäsenyyttä pelkästään yksilöille vai kelpaavatko myös yritykset ja yhteisöt mukaan? Hill ja Whitehead muistuttavat, että jälkimmäiset ovat usein kiitollisia sitoutettavia: Jäsenyys voi antaa yrityksille ja yhteisöille mahdollisuuden harjoittaa yhteiskunnallista

²¹⁹ Työttömyysturvalaki 2002, 2 luku 4 §.

²²⁰ Työsuojeluhallinto 2020.

²²¹ Hill & Whitehead 2007, 32.

²²² Lahden kaupunginteatteri 2020a.

²²³ Hill & Whitehead 2007, 34.

²²⁴ Emt., 32 & 85.

²²⁵ Mustan ja Valkoisen Teatteri 2020b.

vastuuta tai tarjota etuja ja virkistäytymismahdollisuuksia henkilöstölleen. Niinpä niiden jäsenmaksut voidaan nostaa huomattavasti korkeammalle kuin yksityisjäsenien maksut.²²⁶ Suomessa yritys- ja yhteisöjäsenien jäsenmaksut ovat useimmiten viisinkertaiset verrattuna henkilöjäsenien maksuihin. Esimerkiksi Aurinkobaletti veloittaa jäsenyrityksiltä 75 euroa vuodessa. Henkilöjäsenet selviävät viidellätoista eurolla.²²⁷

Jäsenten määrittämisen jälkeen seuraava askel luomistyössä on valita jäsenyyden tasot. Paras keino houkutella laaja jäsenpohja on Hillin ja Whiteheadin mukaan tarjota useampia jäsenluokkia.²²⁸ Porrastetut jäsenohjelmat tarjoavat pääsyn sitä parempien etujen pariin mitä enemmän jäsenyydestä on valmis maksamaan. Eri tasoilla voi olla myös eri hintaluokkia sen mukaan, mihin sosioekonomiseen ryhmään henkilö kuuluu. Esimerkiksi opiskelijoille ja eläkeläisille voidaan tarjota samat edut kuin muille mutta huomattavasti huokeampaan hintaan.²²⁹ Suomessa opiskelijajäsenyyttä tarjoavat vain muutamat toimijat, kuten Jojo – Oulun Tanssin Keskus, Kajaanin Kaupunginteatterin Tuki ry sekä Porttiteatteri.²³⁰ Joskus edut voidaan rajata koskemaan vain tiettyjä päiviä tai vuorokaudenaikoja, jolloin teatterissa on normaalia hiljaisempaa. Tällöin jäsenmaksun kannattaa olla halvempi kuin niissä luokissa, joissa edut ovat koko ajan voimassa.²³¹ Porrastettujen jäsenohjelmien ongelmiin kuuluu Hillin ja Whiteheadin mukaan monimutkaisuus: Laaja valinnanmahdollisuus voi hämmentää potentiaaliset jäsenet. Lisäksi niiden pyörittäminen on raskaampaa kuin yksinkertaisempien ohjelmien.²³²

Vuosijäsenyyden ohella henkilöjäsenille voi tarjota ainaisjäsenyyttä. Ainaisjäsenyyden etuna on, että valitessaan sen henkilö saattaa tulla maksaneeksi jäsenyydestä enemmän kuin mitä hän olisi ajatellut. Toisin sanoen siinä, missä henkilö olisi muuten maksanut jäsenmaksun vain parina vuotena ja jättäytynyt sitten taka-alalle, hän tulee maksaneeksi ainaisjäsenyyden kautta esimerkiksi yhtä paljon kuin kymmenen vuoden jäsenyydestä. Jäsenluokan riskinä on, että se voi käydä organisaatiolle pitemmän päälle kalliiksi. Mikäli henkilö ottaa jäsenyydestä kaiken irti, hän voi käyttää vuosien saatossa enemmän etuja kuin mistä hän on maksanut. Siksi ainaisjäsenyyden hinnan pitäisi olla melko korkea.²³³ Suomessa

²²⁶ Hill & Whitehead 2007, 75.

²²⁷ Aurinkobaletti 2020.

²²⁸ Hill & Whitehead 2007, 47.

²²⁹ Emt., 79–80.

²³⁰ JoJo – Oulun Tanssin Keskus 2020b; Kajaanin kaupunginteatteri 2020; Porttiteatteri 2019.

²³¹ Hill & Whitehead 2007, 77.

²³² Emt., 80.

²³³ Hill & Whitehead 2007, 79.

vain murto-osa teattereista tarjoaa mahdollisuutta ainaisjäsenyyteen. Yksi harvoista on Varkauden Teatteri. Sen ainaisjäsenyyden hinta vastaa viidentoista vuoden tavallista jäsenyyttä.²³⁴

Jäsenluokkien ohella organisaation pitää määritellä, miten jäseneksi liittyminen ja jäsenmaksujen maksaminen hoidetaan.²³⁵ Kuka teatterissa vastaa jäsenasioista? Yleisöyöntekijä? Teatterisihteeri? Joku muu? Pitääkö jäseneksi halajavan esimerkiksi täyttää nettilomake, kuten Mikkelin Teatterissa? Vai riittääkö vapaamuotoinen hakemus, kuten Aurinkobaletissa? Miten jäsenkausi määritellään? Kestääkö jäsenyys kalenterivuoden loppuun vai täsmälleen vuoden siitä päivästä, kun jäsen on maksanut jäsenmaksunsa? Ensiksi mainittu tapa on Hillin ja Whiteheadin mukaan usein yksinkertaisinta toteuttaa, sillä ilmoitus jäsenkauden päättymisestä voidaan lähettää kaikille yhtä aikaa. Toisaalta jälkimmäinen malli on jäsenten kannalta reilumpi, ellei jäsenmaksusta anneta alennusta sen mukaan, miten pitkällä vuosi on. Organisaation on myös päätettävä, miten jäsenyyden uusiminen tapahtuu. Hill ja Whitehead suosittavat, että kehoitus jäsenyyden uusimisesta lähetetään kuukautta tai paria ennen jäsenkauden päättymistä.²³⁶ Vaikka henkilö ei jatkaisikaan jäsenyyttä, hänet kannattaa pitää kaksikon mukaan listoilla. On näet mahdollista, että tämä innostuu jäsenyydestä myöhemmin uudestaan. Liittymisen motiivina voivat toimia esimerkiksi päivitetyt jäsenedut.²³⁷ Jäsenyys voi joko katketa heti, kun jäsenmaksua ei ole maksettu tai jatkua, kunnes jäsen erikseen irtisanoo itsensä.

Jäsenrekisteri

Ystävätoiminnan pyörittäminen edellyttää jäsenrekisterin perustamista sekä tietosuojalakiin perehtymistä. Tietosuojaperiaatteen mukaan henkilötietoja on muun muassa käsiteltävä asianmukaisesti, luottamuksellisesti ja turvallisesti sekä rekisteröidyn kannalta läpinäkyvästi. Tietoja pitää päivittää tarpeen mukaan, eikä rekisteriin saa kirjata mitä tahansa. Henkilötiedoilla tarkoitetaan tässä yhteydessä nimeen ja osoitteeseen verrattavia tietoja, joiden avulla yksilö voidaan tunnistaa joko suoraan tai välillisesti.²³⁸ Teatterin kannalta oleellisia tietoja ovat jäsenen etu- ja sukunimi, kotipaikka, sähköpostiosoite yhteydenpitoa

²³⁴ Varkauden Teatteri 2020.

²³⁵ Hill & Whitehead 2007, 68–69.

²³⁶ Emt., 137–138.

²³⁷ Emt., 140.

²³⁸ Tietosuojavaltuutetun toimisto 2020.

varten, päivämäärä, jolloin henkilö maksanut jäsenmaksunsa sekä tieto siitä, kuinka monta uutta ystävää henkilö on tuonut klubiin. Kohdennettua markkinointia varten rekisteriin voidaan lisäksi tallettaa tieto siitä, millaisista esityksistä ja ystävätoimintaan liittyvistä aktiviteeteista tämä on kiinnostunut. Jotta teatteri voisi seurata jäsenten aktiivisuutta ja tarvittaessa kannustaa erikseen niitä henkilöitä, jotka uhkaavat tipahtaa toiminnan ulkopuolelle, rekisteriin voidaan tallentaa myös tieto siitä, milloin henkilö on viimeksi ostanut jäsenhintaista lipun teatteriin tai osallistunut ystäväklubilaisille tarkoitettuun toimintaan.

Jäsenten tunnistamiseksi ystäväklubilaisille voi painattaa jäsenkortit juoksevilla numeroinnilla. Tällöin henkilöt voidaan tarpeen mukaan identifioida pelkän jäsennumeron perusteella. Hillin ja Whiteheadin mukaan jäsenkortti on tarpeellinen esimerkiksi silloin, kun jäsenet ovat oikeutettuja ystäväyrytysten etuihin.²³⁹ Suomessa jäsenkortti on käytössä muun muassa Tampereen Työväen Teatterin ystävillä.²⁴⁰ Itse jäsenrekisterin pyörittämiseen voi riittää Excelin tapainen taulukkolaskentaohjelma olettaen, että siihen tallennetut tiedot on salattu riittävän hyvin, eivätkä ne uhkaa joutua väärin käsiin. Datamäärän kasvaessa työn helpottamiseksi voi olla järkevintä hankkia erillinen jäsenrekisteriohjelma.

Kuukausiveloitteisten jäsenrekisterien ohella markkinoilta löytyy maksuttomia palveluita, kuten Membookin Free.²⁴¹ Jäsenrekisterien ilmaisversiot eivät ole yhtä kattavia ja monipuolisia kuin maksulliset mallit, esimerkiksi laskutustoiminto voi puuttua niistä kokonaan, mutta niillä pääsee jo alkuun. Yhdistysavain mainostaa verkkosivuillaan, että sen Free-versioon kuuluu jäsenrekisterin ohella viiden sivun kotisivut.²⁴²

Asiakasrekisteriasioden lisäksi teatterin tulee miettiä, miten se pitää yhteyttä ystäviinsä. Seija Bergström ja Arja Leppänen suosittelevat antamaan asiakkaille mahdollisuuden valita, miten heitä lähestytään. Koska sähköpostittelun kaltainen viestintä voidaan kokea tungettelevaksi, jäsenille tulee antaa mahdollisuus kieltää se kokonaan.²⁴³

Edut motiivien mukaan

Derrick Chongin mukaan taideorganisaation jäseneksi tai ystäväksi ryhtyminen muistuttaa hyväntekeväisyyden sijasta palvelun ostamista: henkilö puntaroi jäsenyyden etuja suhteessa

²³⁹ Hill & Whitehead 2007, 125.

²⁴⁰ Tampereen Työväen Teatterin ystävät ry 2020a.

²⁴¹ Membook 2020.

²⁴² Yhdistysavain 2020.

²⁴³ Bergström & Leppänen 2015, 442.

siihen käytettävään rahalliseen panokseen. Hyötyajattelu kuitenkin vähenee sitä mukaa, mitä suuremmalla summalla henkilö tukee organisaatiota ja mitä korkeammalle portaalle hän jäsenohjelmassa kipuaa. Toisin sanoen, mitä enemmän henkilö sitoutuu organisaatioon, sitä enemmän keskiöön nousevat läheisempi suhde sekä taiteilijoihin että taideorganisaatioon sinänsä kuin taloudellinen hyöty.²⁴⁴

Hill ja Whitehead muistuttavat, että ihmisten syyt liittyä jäseniksi vaihtelevat suuresti yksilöiden välillä. Jäsenyyden avulla voi esimerkiksi erottautua joukosta, säästää rahaa tai saada erikoiskohtelua.²⁴⁵ Hyvä esimerkki erottautumisesta löytyy oopperamaailmasta. Savonlinnan Oopperajuhlien kannatusyhdistyksen jäsenillä on käytössään oma sisääntuloväylä linnaan. Niinpä he sujahtavat jonojen ohitse. Lisäksi he pääsevät väliajalla nauttimaan kuohuviinistä muilta suljettuun Keskushalliin. Kulta- ja platinaluokan jäseniä hemmotellaan vain heille tarkoitetuilla pre opera -tilaisuuksilla.²⁴⁶

Hillin ja Whiteheadin mukaan jotkut voivat liittyä jäsenohjelmiin ideologisista syistä tai lahjoittaa rahaa puhtaasti hyvää hyvyttään. Toisilla motivaationa voi olla pelko palvelun menettämisestä. Antaminen voi tuottaa tyydytystä ja auttaa rakentamaan minäkuvaa. Itsensä mieltäminen hyväntekijäksi voi tuoda tunteen siitä, että on tarpeellinen. Toisille lahjoittaminen on puolestaan keino pönkittää sosiaalista statusta tai saavuttaa arvostusta muiden silmissä. Heistä voi olla mukava nähdä nimensä esimerkiksi teatterin uutiskirjeessä.²⁴⁷ Joillakin motivaatio liittyy sosiaalisen verkoston kasvattamiseen. Jäsenohjelman kautta kun on mahdollista tavata samanmielisiä ihmisiä, solmia pitkäaikaisia suhteita ja saada jopa ystäviä. Jäsenyys voi tarjota keinon paeta arkea ja tehdä jotain, johon ei olisi muutoin mahdollisuutta. Jäsenyydestä voi myös olla ammatillista hyötyä. Sen kautta voi saada yhteyden potentiaaliin työnantajiin, oppia uusia taitoja ja ylläpitää vanhoja. Lisäksi vapaaehtoistyön tekeminen voi näyttää hyvältä ansioluettelossa.²⁴⁸ Koska ihmisten tarpeet ja lähtökohdat eroavat toisistaan, eri ryhmille kannattaa tarjota eri etuja.²⁴⁹ Tämä onkin asiakassuhdemarkkinoinnin ydinasia: on tunnistettava, mitä asiakas haluaa.²⁵⁰

²⁴⁴ Chong 2010, 110–111.

²⁴⁵ Hill & Whitehead 2007, 45–46.

²⁴⁶ Savonlinnan Oopperajuhlat 2020.

²⁴⁷ Hill & Whitehead 2007, 40–42.

²⁴⁸ Emt., 43–44.

²⁴⁹ Hill & Whitehead 2007, 70.

²⁵⁰ Bergström & Leppänen 2015, 442–443.

Miten edut kannattaisi sitten määritellä? Seija Bergströmin ja Arja Leppäsen mukaan etujen tulee olla kiinnostavia ja sopia organisaation imagoon. Samalla niiden tulee olla niin koukuttavia, etteivät asiakkaat halua luopua niistä. Lisäksi valikoimaa tulee päivittää säännöllisesti, jotta tarjonta säilyy raikkaana.²⁵¹ Hillin ja Whiteheadin mukaan organisaation ei pidä tuijottaa etuja määritelleessään pelkkiä lukuja vaan tunnistaa, minkä arvoisia edut oikeasti ovat. Pienetkin asiat voivat tuntua jäsenistä suurilta. Teattereiden kannalta edullisimpia etuja ovat kaksikon mukaan esimerkiksi ilmaiset käsiohjelmat ja väliaikajuomat.²⁵² Käsiohjelmat ovat muutenkin hyödyllisiä. Niihin voi esimerkiksi myydä mainoksia. Samalla ne toimivat Jukka Hytin mukaan teatterin käyntikorttina.²⁵³ Lippuedut kannattaa Hillin ja Whiteheadin mukaan kohdentaa hiljaisiin hetkiin, kuten päivänäytöksiin sekä huonommin myyviin esityksiin.²⁵⁴ Etujen ohella jäsenille voidaan tarjota muita parempaa palvelua.²⁵⁵ Bergström ja Leppänen käyttävät tämäntapaisista eduista termiä suhdetoimintaetu. Heidän mukaansa tavarat ja palvelut sitouttavat asiakkaita tehokkaammin kuin pelkät alennukset.²⁵⁶ Ei siis ole mikään ihme, että esimerkiksi Teatteri Toivo lupaa kannattajajäsenilleen VIP-tason kohtelua teatterin näytöksissä.²⁵⁷ Mikäli organisaatio haluaa laajentaa etuvalikoimaa ydinosaamisensa ulkopuolelle, se voi tehdä yhteistyötä muiden yritysten kanssa. Tällöin jäsenille voidaan tarjota alennusta ystäväyritysten tuotteista ja palveluista.²⁵⁸ Viiruksen ystävät esimerkiksi saavat alennusta Ravintola Skøgulin lounaasta.²⁵⁹

KokoTeatterin asiakkaille suunnattu kyselytutkimus paljasti, että sen asiakkaita motivoivat erityisesti rahalliset edut. Yli puolet vastaajista kertoi toivovansa, että ystäväklubilaiset saisivat alennusta pääsylippujen hinnoista. Liki neljäkymmentä prosenttia kaipasi viime hetken tarjouksia. Säästöajattelu ei kuitenkaan ulottunut ruoka- tai tilapuolelle, sillä vain joka viides vastaajista toivoi alennusta kahvion tai baarin tuotteista. Harvempi kuin joka kuudes oli kiinnostunut vuokraamaan teatterin tiloja alennettuun hintaan. Ilmaista väliaikakahvia tai -teetä kaipasi reilut kymmenen prosenttia vastaajista. Aineettomista eduista korostuivat tekijä- ja taitelijatapaamiset sekä pääsy avoimiin harjoituksiin. Ne kiinnostivat noin puolta vastaajista. Noin kolmannes vastaajista oli kiinnostunut erityisistä jäsenilloista ja vajaa

²⁵¹ Emt., 438.

²⁵² Hill & Whitehead 2007, 91; 93–94.

²⁵³ Hytti 2005, 97.

²⁵⁴ Hill & Whitehead 2007, 91.

²⁵⁵ Emt., 88.

²⁵⁶ Bergström & Leppänen 2015, 438–440.

²⁵⁷ Teatteri Toivo 2020.

²⁵⁸ Hill & Whitehead 2007, 91.

²⁵⁹ Viirus 2020.

neljäsosa esitysten jälkeen pidettävistä keskustelutilaisuuksista. Kulttuurimatkat houkuttelivat noin viidesosaa vastaajista. Reilu kymmenesosa oli kiinnostunut erilaisista tapahtumista ja tempauksista, kuten myyjäisistä.

Mahdollisuus osallistua teosten syntyprosessiin esimerkiksi käsikirjoitusta muokkaamalla tai osallistumalla harjoitusten jälkeen pidettävään palautekeskusteluun ei herättänyt suurta kiinnostusta. Vain reilu neljäsosa vastaajista ilmoitti olevansa vähintäänkin jokseenkin kiinnostunut kyseisestä aktiviteetista. Teatterin hyväksi tehtävä vapaaehtoistyö ei sekään saanut suurta suosiota. Harvempi kuin joka viides ilmoitti olevansa edes jokseenkin kiinnostunut osallistumaan talkoisiin tai toimimaan teatteriasiamiehenä. Julisteiden jakelu ja tukikeräyksen järjestäminen teatterin hyväksi kiinnostivat alle kymmenesosaa vastaajista. Tulosten valossa näyttää siltä, että lanseeratessaan uuden ystäväohjelman teatterin kannattaakin panostaa alussa lippuetuihin ja matalan kynnyksen aktiviteetteihin, kuten taiteilijatapaamisiin. Vapaaehtoistyön teettämiseksi sekä yleisön kanssa käytävälle dialogille on myös paikkansa, mutta isoa ystäväklubia mieltävän teatterin ei kannattane lähteä ne edellä liikkeelle.

Hill ja Whitehead suosittelevat, että määritellesään etuja teatterit tekisivät taulukon, josta käy ilmi, mitkä edut kuuluvat millekin ryhmälle. Näin ne voivat varmistaa, että luokat ovat keskenään riittävän erilaiset, eikä pienempää jäsenhintaa maksaville henkilöille tarjota vahingossa parempia etuja kuin kalliimman hintaluokan jäsenille.²⁶⁰ Yksinkertaistettu versio kaksikon esimerkkitaulukosta löytyy liitteestä 9. Bergströmin ja Leppäsen mukaan paras paketti etuja saadaan yhdistelemällä raha- ja suhdetoimintaetuja toisiinsa. He myös suosittelevat määrittelemään ohjelmaan selvät säännöt siltä varalta, että etuja joudutaan jostain syystä karsimaan.²⁶¹

Käytännön järjestelyistä

Jotkin tilaisuuksista on tarpeellista rajata koskemaan vain ja ainoastaan ystäväklubilaisia. Näin jäsenillä säilyy tunne erityisyydestä ja siitä, että he pääsevät kokemaan jotain, joka on muiden saavuttamattomissa. Koska tekijätapaamiset ja teosesittelyt voivat toimia näyteikkunoina, joiden kautta potentiaaliset asiakkaat kiinnostuvat sekä teoksesta itsestään että ystävätoiminnasta, osa niistä on hyvä pitää kaikille avoimina. Näissäkin tilaisuuksissa

²⁶⁰ Hill & Whitehead 2007, 196.

²⁶¹ Bergström & Leppänen 2015, 440.

ystäväklubilaisilla tulee olla etuajo-oikeus muihin nähden. Käytännössä tämä tarkoittaisi sitä, että tilaisuuksiin olisi ilmoittauduttava etukäteen. Klubilaisille voitaisiin antaa muutama päivä aikaa ilmoittautua tapahtumaan, ennen kuin ilmoittautuminen avautuu kaikille.

Vaihtoehtoisesti klubilaisille voitaisiin varata automaattisesti kaikkiin tapahtumiin tietty määrä paikkoja. Mikäli he eivät lunasta paikkaansa määräaikaan mennessä, paikat vapautuvat muiden käyttöön. Bergström ja Leppänen kannustavat kertomaan kanta-asiakastarjouksista myös muille kuin varsinaisille kanta-asiakkaille. Näin ne toimivat syöttinä, jolla ihmisiä voidaan houkutella jäsenohjelman pariin.²⁶²

Ohjelman brändi ja jäsenien hankinta

Kun teatteri on lyönyt edut ja muut asiat lukkoon, jäljellä on vielä muutama perustehtävä. Ensinnäkin ystäväohjelmalle pitää keksiä nimi. Toisekseen teatterin tulee päättää, millä nimellä se kutsuu kannattajiaan. Ovatko he ystäviä? Tukijoita? Lahjoittajia? Jäseniä? Kolmanneksi on syytä miettiä brändiasioita. Millaista viestiä ohjelmasta halutaan antaa? Millainen on sen visuaalinen ilme? Miten ohjelmaa markkinoidaan?²⁶³ Hillin ja Whiteheadin mukaan ystäväohjelmaa voi mainostaa esimerkiksi järjestämällä seminaareja tai avoimien ovien päiviä, joissa esitellään toimintaa siitä kiinnostuneille. Mikä parasta, nykyiset jäsenet voivat kutsua mukaan ystäviään ja kollegoitaan.²⁶⁴ Suomalaiset ystäväyhdistykset ovat jakaneet tietoa toiminnastaan ja rekrytoineet uusia jäseniä muun muassa eri tapahtumissa, kuten Taiteiden yössä. Mallia jäsenmäärän kasvattamiseen ne voisivat ottaa esimerkiksi englantilaiselta The Royal Academy of Arts -taideakatemialta, jonka ystäväohjelmaa tituleerataan Euroopan suurimmaksi.²⁶⁵ Vuonna 2017 akatemialla oli jo yli 100 000 kannattajajäsentä.²⁶⁶ Taideakatemia mainostaa ystäväohjelmaansa erityisesti joulun ja äitienpäivän tapaisten juhlien yhteydessä.²⁶⁷ Jäsenyyden markkinointi erilaisena lahjaideana voisi toimia myös suomalaisten teattereiden näkökulmasta. Hillin ja Whiteheadin mukaan lahjajäsenyydellä on kaksi tehtävää: Ensinnäkin ne kannustavat jäseniä houkuttelemaan tuttujaan mukaan. Toisekseen ne tarjoavat lahjan saajalle mahdollisuuden tutustua toimintaan ilman omaa rahallista panosta. Parhaimmassa tapauksessa lahjan saaja innostuu

²⁶² Bergström & Leppänen 2015, 438.

²⁶³ Hill & Whitehead 2007, 101; 103.

²⁶⁴ Emt., 121.

²⁶⁵ Francis 2011, 8.

²⁶⁶ Royal Academy 2017.

²⁶⁷ Francis 2011, 9.

ystäväohjelmasta niin paljon, että haluaa uusia jäsenyytensä itse lahjakauden päättyessä.²⁶⁸

Suomessa lahjajäsenyyttä mainostavat vain muutamat teatterit, kuten Åbo Svenska Teater.²⁶⁹

Seuranta

Jäsenohjelmat eivät elä tyhjiössä, vaan ne ovat alttiutta ajan hampaalle. Pysyäkseen vireinä niitä tulee seurata jatkuvasti ja päivittää tarpeen tullen. Talouspuolen suhteen Bergström ja Leppänen kannustavat seuraamaan, miten kannattavia asiakkaat ovat organisaatiolle. Tässä apuna toimii yksinkertainen laskutoimitus: Asiakkaan arvo = asiakkaasta saatavat tuotot – myydyn tuotteen, asiakaspalvelun ja markkinoinnin aiheuttamat kustannukset.

Ostokäyttäytymisen ohella asiakkaan kannattavuuteen vaikuttaa se, onko hänestä suosittelijaksi. Toisin sanoen, onnistuuko hän tuomaan yritykselle uusia asiakkaita.

Kannattavuuden seurannan tulee olla Bergströmin ja Leppäsen mukaan systemaattista ja jatkuvaa, jotta eri aikojen ja asiakasryhmien kannattavuutta voidaan vertailla keskenään.

Lisäksi kannattavuusajattelussa kannattaa ottaa huomioon asiakassuhteen elinkaari – köyhistä opiskelijoista voi tulevaisuudessa tulla teatterin suurkuluttajia.²⁷⁰

²⁶⁸ Hill & Whitehead 2007, 121.

²⁶⁹ Åbo Svenska Teater 2020a.

²⁷⁰ Bergström & Leppänen 2015, 449–450.

4.1 Ystäväohjelman aakkoset

Edellä esitettyjen huomioiden pohjalta on mahdollista muodostaa kymmenen kohdan muistilista, joka auttaa omasta ystäväohjelmasta haaveilevat teatterit alkuun. Konkreettisten vinkkien ohella listalle on kirjattu kysymyksiä, joiden tarkoituksena on kirkastaa ajattelua ja mahdollistaa omannäköisen ohjelman rakentaminen. Muistilistan lopusta löytyy ystäväohjelmaesimerkki, joka näyttää, miltä listan avulla luotu jäsenohjelma voisi näyttää. Listan ohella mallin luomisessa on hyödynnetty jo olemassa olevia ystäväohjelmia sekä KokoTeatterin asiakkaille tehdyn kyselytutkimuksen tuloksia.

4.1.1 Muistilista ystäväohjelman perustajalle

1. Kartoita lähtötilanne vastaamalla seuraaviin kysymyksiin: Miksi jäsenohjelma on päätetty perustaa? Mihin tarpeisiin se vastaa? Voiko tarpeet täyttää jollain muulla tavalla? Millainen kilpailutilanne paikkakunnalla vallitsee? Tarvitaanko jäsenohjelman perustamiseksi erillistä tutkimusta, jotta potentiaalisten jäsenten määrä ja tarpeet saadaan selvitettyä?
2. Kirjaa ylös, mitä konkreettisia tavoitteita ohjelmalla on ja päätä, miten niiden toteuttamista seurataan. Tavoite voi olla niinkin yksinkertainen kuin saada x jäsentä x vuodessa ja lisätä tuloja x euroa.
3. Tutustu yhdistyslakiin, tietosuojalakiin, Verohallinnon sivuihin sekä Patentti- ja rekisterihallituksen sääntömalleihin.
4. Päätä tekemäsi selvitystyön pohjalta, mikä ystäväohjelman muoto sopii parhaiten teatterillesi. Mikäli valinta osuu erilliseen ystäväyhdistykseen, ratkaise, miten yhteistyö teatterin ja yhdistyksen välillä hoidetaan. Huomioi, että varsinaisilla jäsenillä on yhdistyksissä äänioikeus, kannatusjäsenillä ei. Laadi jäsenohjelmalle säännöt.
5. Ratkaise henkilöstö- ja tilakysymykset: Kuka vastaa ohjelman pyörittämisestä? Palkataanko ohjelmaa varten henkilökuntaa vai rekrytoidaanko sitä varten vapaaehtoisia? Miten vastuut jaetaan? Tarvitaanko ohjelmaa varten uusia tiloja, laitteita tai ohjelmistoja? Miten ne kustannetaan?
6. Laadi ohjelmalle budjetti ja päätä, miten korkeaksi jäsenmaksut asetetaan. Mieti samalla, tarjotaanko eri ryhmille, kuten opiskelijoille ja eläkeläisille, alennusta hinnoista. Huomaa, että

Suomessa jäsenohjelmien vuosimaksut liikkuvat useimmiten 10–50 euron välillä. Joillain yhdistyksillä on käytössään sekä liittymis- että vuosimaksu.

Varmista, että ohjelmasta koituvat hyödyt ovat suuremmat kuin siitä koituvat kulut. Tässä auttaa yksinkertainen laskutoimitus: Odotettavissa oleva hyöty = [potentiaaliset asiakkaat x (jäsenmaksut + muut tulot)] – henkilöstö-, markkinointi- ja muut kulut. Avaa ohjelmalle tarpeen vaatiessa oma pankkitili.

7. Perekdy brändäykseen: Keksi jäsenohjelmalle nimi ja päätä, millainen ohjelman visuaalinen ilme on. Suunnittele, miten ohjelmaa mainostetaan ja kuinka uusia jäseniä rekrytoidaan mukaan. Voiko jäsenyyden esimerkiksi ostaa lahjaksi?

8. Lyö jäsenasiat lukkoon: Päätä, montako tasoa ystäväohjelmassa on. Huomaa, että Suomessa suositaan useimmiten yhden maksuluokan ohjelmia. Ne ovat usein yksinkertaisempia pyöritettäviä kuin porrastetut jäsenohjelmat. Toisaalta porrastetut jäsenohjelmat vastaavat paremmin eri ihmisten tarpeisiin ja voivat siten houkutella enemmän jäseniä.

Valitse tasojen jälkeen, otetaanko mukaan pelkkiä henkilöjäseniä vai myös yrityksiä ja yhteisöitä. Ratkaise, miten jäseneksi ilmoitaudutaan: Sähköpostitse? Erillisellä lomakkeella? Entä miten jäsenten kanssa pidetään yhteyttä? Ratkaise, miten jäsenkausi määritellään ja miten jäsenyyden uusiminen hoidetaan. Päätä myös, tarjotaanko ihmisille mahdollisuutta ryhtyä ainaisjäseneksi. Mikäli vastaus on kyllä, hinaa jäsenyyden hinta riittävän korkealle. Ratkaise, miten jäsenet identifioidaan. Tarvitsevatko he esimerkiksi jäsenkortit?

9. Valitse jäsenille tarjottavat edut. Päätä, koskevatko ne vain teatterin omia tuotteita ja palveluita vai tarjotaanko jäsenille etuja myös ystäväyritysten tarjonnasta. Muista, että paras paketti koostuu rahallisten etujen ja suhdetoimintaetujen yhdistelmästä. Mikäli jäsenohjelmassa on useita tasoja, varmista, että ne eroavat riittävästi toisistaan. Katso tarvittaessa mallia liitteestä 9.

10. Laadi suunnitelma siitä, miten ohjelman kannattavuutta seurataan ja arvioidaan. Ratkaise, miten jäsenet pidetään tyytyväisinä. Lähestytäänkö heitä esimerkiksi aina heidän syntymä- tai nimipäiviensä tienoilla onnittelukirjeellä?

4.1.2 Esimerkki uudesta ystäväohjelmasta

Massasta on helpompi erottautua, kun tiedostaa, mitä muut tarjoavat. Seuraavan ystäväohjelmamallin tarkoituksena on toimia konkreettisena esimerkkinä siitä, miltä ripauksen uutta ja vanhaa sisältävä ystäväohjelma voisi näyttää. Resursseista ja tavoitteista riippuen teatterit voivat hyödyntää omassa ohjelmassaan esimerkin ensimmäistä porrasta tai ottaa kaikki askelmat käyttöön.

Esimerkkiystävät ry on kuvitteellinen yhdistys, jonka tarkoituksena on tukea Esimerkkiteatteria taloudellisesti ja aatteellisesti, edistää ja kehittää teatteritaidetta sekä lisätä paikkakuntalaisten teatteritietoutta. Tarkoituksensa toteuttamiseksi yhdistys pyörittää teatterin kahvilatoimintaa, järjestää kulttuuri- ja keskustelutilaisuuksia, myöntää apurahoja ja Esimerkki-patsaita teatterin henkilökunnalle sekä tekee aloitteita teatteritoiminnan edistämiseksi. Toimintansa tukemiseksi yhdistys kerää jäsenmaksuja. Lisäksi se voi vastaanottaa testamentti- ja muita lahjoituksia, ylläpitää ja kartuttaa stipendirahastoa sekä asianmukaisella luvalla toimeenpanna arpajaisia ja rahankeräyksiä.

Yhdistyksen varsinaisiksi jäseniksi voivat liittyä yksityiset henkilöt sekä oikeuskelpoiset yhteisöt ja yritykset, jotka hyväksyvät yhdistyksen säännöt ja tarkoituksen. Jäsenyyttä haetaan sähköisellä kaavakkeella. Täyttäessään jäsenhakemuksen henkilö voi tehdä samalla lahjoituksen yhdistykselle. Lahjoituksia voi tehdä myös ilman, että liittyy yhdistykseen. Jäsenyys kestää tasan vuoden siitä päivästä, kun jäsenmaksu on kirjattu teatterin tilille. Ensimmäinen muistutusviesti, jossa pyydetään uusimaan jäsenyys, lähetetään asianosaisille aina 45 päivää ennen jäsenkauden päättymistä. Mikäli henkilö uusii jäsenyytensä ennen kauden loppua, häntä muistetaan kiitoskortilla, joka oikeuttaa ilmaiseen leivokseen teatterin kahvilassa.

Esimerkkiteatterin jäsenohjelmassa on neljä tasoa, joiden sisällöt esitellään taulukossa 8. Kaksi ensimmäistä tasoa on varattu henkilöjäsenille. Ylimmille tasoille kelpuutetaan myös yritys- ja yhteisöjäseniä. Opiskelijat, eläkeläiset ja työttömät voivat ryhtyä ystäviksi tai innoittajiksi puoleen hintaan. Ystäväohjelman tavoitteena on saavuttaa ensimmäisenä vuotena viisikymmentä ystävää, kaksikymmentä innoittajaa, kolme muusaa ja yksi Apollon. Ystävien jäsenmaksu on kaksikymmentä euroa, innoittajien sata euroa, muusien viisisataa euroa ja Apollonin tuhat viisisataa euroa vuodessa. Puolet ystävistä ja innoittajista on opiskelija- tai eläkeläisjäseniä. Jäsenmaksuista saatavat tuotot saadaan tällöin laskettua kertomalla

jäsenmäärät jäsenmaksuilla: $25 \times 20 \text{ €} + 25 \times 10 \text{ €} + 10 \times 100 \text{ €} + 10 \times 50 \text{ €} + 3 \times 500 \text{ €} + 1\,500 \text{ €} = 5\,250 \text{ €}$.

TAULUKKO 8: Esimerkkiystävien etuportaat.

Ystävä	Innoittaja	Muusa	Apollon
20 €	100 €	500 €	1 500 €
Jäsenkirje noin kerran kuukaudessa, kahden euron alennus pääsylipuista, erikoistarjouksia sekä kutsuja avoimiin harjoituksiin ja jäsentilaisuuksiin.	Kaikki Ystävä-luokan edut. Lisäksi maksuton tee tai kahvi väliajalla, ilmainen käsiohjelma lippuja noudettaessa, oma narikka.	Kaikki Innoittaja-luokan edut. Lisäksi kaksi vapaalippua omaisten iltoihin, oma yhteyshenkilö teatterilta, mahdollisuus saada oma nimi tai yrityksen logo teatterin verkkosivuille ja käsiohjelmiin.	Kaikki Muusa-luokan edut. Lisäksi mahdollisuus tavata teatterin johtoa, kaksi vapaalippua teatterin omien tuotantojen ensi-iltoihin, viiden euron alennus lipuista, mahdollisuus saada oma nimi tai yrityksen logo teatterin seinälle.

Jos jokainen ystävä, innoittaja ja muusa ostaa vuoden aikana neljä lippua ja Apollon kymmenen lippua, alennuksista johtuva lipputulosten menetys voidaan laskea kaavalla (ystävien ostamat liput + innoittajien ostamat liput + muusien ostamat liput) x alennus + Apollonin ostamat liput x alennus. Kun mukaan lasketaan euron arvoiset väliaikateet ja -kahvit, kahden euron narikka sekä viiden euron käsiohjelmat kolmen ylimmän luokan jäsenille, huomataan, että eduista koituva tulosten menetys on 1 450 euroa. Kun mukaan lasketaan vielä Apollon-luokan vapaaliput neljään ensi-iltaan (liput 37 €/kpl) sekä ensi-iltoihin kuuluvat käsiohjelmat, teet ja narikkamaksut, summa nousee 1 810 euroon. Näin ollen tulosten ja kulujen erotus on 3 440 euroa. Luku ei kerro koko totuutta, sillä laskuissa ei ole otettu huomioon esimerkiksi jäsenten ostamia lisäpalveluita eikä ohjelman pyörittämisestä ja markkinoinnista koituvia kuluja. Se antaa kuitenkin osviittaa siitä, että jäsenohjelma voi olla teatterin kannalta kannattava.

Eduista koituva tulosten menetys on laskettu seuraavasti:

Kolmen alimman luokan lippualennukset: $[(50 \times 4) + (20 \times 4) + (3 \times 4)] \times 2 \text{ €} = 584 \text{ €}$.

Apollonin lippualennukset: $10 \times 5 \text{ €} = 50 \text{ €}$.

Ilmaiset käsiohjelmat: $[(20 \times 4) + (3 \times 4) + 10] \times 5 \text{ €} = 510 \text{ €}$.

Väliaikateet ja -kahvit²⁷¹: $[(20 \times 4) + (3 \times 4) + 10] \times 1 \text{ €} = 102 \text{ €}$.

Narikkamaksut ostettuihin lippuihin: $[(20 \times 4) + (3 \times 4) + 10] \times 2 \text{ €} = 204 \text{ €}$.

Apollon-luokan ilmaisliput: $4 \times 2 \times 37 \text{ €} = 296 \text{ €}$.

Apollonin ilmaislippuihin sisältyvät teet, narikkamaksut ja käsiohjelmat: $4 \times 2 \times (1 \text{ €} + 2 \text{ €} + 5 \text{ €}) = 64 \text{ €}$.

²⁷¹ Laskuissa ei ole otettu huomioon omaisten näytöksissä olevia tarjoiluita.

5 Lopuksi

Teattereiden elämä ei ole ruusuilla tanssimista. Rajallisten resurssien ohella ne joutuvat taistelemaan huomiosta eri vapaa-ajan aktiviteettien kanssa. Selvitäkseen hengissä monet toimijoista ovat ottaneet oppia suhdemarkkinoinnista, jossa asiakkaita kohdellaan massan sijasta yksilöinä. Samalla ne ovat lanseeranneet ystävöohjelmia, joiden tarkoituksena on sitouttaa asiakkaat aiempaa tiukemmin niiden toimintaan. Tässä työssä tarkoituksena oli selvittää, miten yleisiä eri sitouttamistoimet ovat suomalaisella ammattiteatterikentällä. Työn pohjalta piirtyy kuva siitä, miltä kotimainen ystävötoiminta näyttää. Koska tarjonta ja asiakkaiden tarpeet eivät aina kohtaa, tutkielmassa annettiin yleisölle mahdollisuus saada äänensä kuuluviin. Tein syksyllä 2017 kyselytutkimuksen, jolla kartoitin, millaisia toiveita KokoTeatterin asiakkailla on ystävötoiminnan suhteen.

Ison-Britannian museo- ja galleriakenttää tutkinut Alix Slater on jakanut taideorganisaatioiden ystävöohjelmat kolmeen pääluokkaan. Niistä ensimmäinen, *Social Club Group*, koostuu jäsenten itsensä pyörittämisestä, vapaamuotoisista ryhmistä. Toinen luokka, *Public Members' Scheme*, vie ystävötoiminnan askelta järjestäytyneempään suuntaan. Siihen kuuluvilla ryhmillä on oma, taideorganisaatiosta erillinen hallintonsa. Lisäksi niillä saattaa olla palkattua henkilökuntaa. Kolmas ja samalla viimeinen luokka, *Integrated Members' Scheme*, koostuu taideorganisaatioiden itse pyörittämisestä, ammattimaisesti johdetuista ohjelmista ja ryhmistä. Jaottelu ei sovellu täysin Suomen oloihin, sillä Helsingin Teatterikerhon kaltaiset, teattereita välillisesti tukevat toimijat eivät löydä siitä paikkaansa. Liz Hill ja Brian Whitehead pitävät ystävöohjelmia yhtenä jäsenohjelmien ilmenemismuodoista. Jäsenohjelmat he määrittelevät mekanismiksi, jolla saatetaan keskenään samanmieliset ihmiset yhteen.

Perehtyminen suomalaiseen ammattiteatterikenttään paljasti, etteivät *Integrated Members' Scheme* -luokkaan kuuluvat kanta-asiakasohjelmat ole vielä lyöneet itseään täällä läpi. Alle kymmenesosa VOS-teattereista hyödyntää niitä toiminnassaan. Vapaalta kentältä ei löytynyt yhtään kanta-asiakasohjelmaa. Teatterin kannatusjäsenyyttä sivuillaan markkinoi noin 12 prosenttia VOS-teattereista, rahoituslain ulkopuolisista teattereista noin kymmenen prosenttia. Mahdollisuutta ryhtyä teatteria pyörittävän yhdistyksen jäseneksi tarjosi noin kymmenen prosenttia VOS-teattereista ja noin kolme prosenttia vapaan kentän toimijoista. *Public Members' Schemes* -luokkaan kuuluvia, teattereista erillisiä ystävöyhdistyksiä löytyi Suomesta vain kymmenkunta. Yhtä lukuun ottamatta ne koskivat kaikki VOS-teattereita.

VOS-teattereiden ja vapaan kentän välistä epäsuhtaa voi selittää osittain teattereiden toimintatavoilla ja käytössä olevilla resursseilla. Vapaalla kentällä esimerkiksi toimii ryhmiä, jotka koostuvat parista ihmisestä ja jotka valmistavat hyvin harvakseltaan esityksiä. Niinpä niiden voi olla vaikeaa tai jopa turhaa pyörittää jäsenohjelmia. Syitä siihen, miksi ystävätoiminta on Suomessa ylipäänsä melko vähäistä, voi etsiä väkiluvusta. Suomen vertaaminen esimerkiksi Englantiin ei ole reilua. Asuunhan Shakespearen synnyinmaassa yli kymmenen kertaa enemmän ihmisiä kuin armaassa kotimaassamme.

Haastatellessani sähköpostitse eri teatteriryhmien edustajia kävi ilmi, että osa ryhmistä oli yrittänyt aiemmin rekrytoida kannatusjäseniä. Jäsenmäärät olivat kuitenkin jääneet niin pieniksi, että teatterit olivat päättäneet luopua leikistä. Uusi keino tavoittaa taiteesta kiinnostuneita henkilöitä oli löytynyt sosiaalisesta mediasta. Tulevaisuudessa olisikin kiinnostavaa selvittää, miten suurta roolia sosiaalisen median kanavat näyttelevät suomalaisissa teattereissa. Ovatko ne jo ajamassa perinteisten viestintäkeinojen ohi? Suomessa teatterin kannattajaksi tai taustaorganisaation jäseneksi pääsee useimmiten muutamalla kymmenellä eurolla. Tavallisimpia jäsenetuja ovat uutiskirjeet, tarjoukset ja lippualennukset. Sitä, mitä suomalaiset aidosti ystäväohjelmilta kaipaavat, tutkin lähestymällä KokoTeatterin asiakkaita. Lähtökohtana kyselytutkimukselle toimi KokoTeatterin suunnitelma lanseerata oma ystäväohjelma.

Sähköiseen kyselyyn kertyi määräaikaan mennessä 221 vastausta. Liki puolet vastaajista ilmoitti olevansa jokseenkin kiinnostunut liittymään teatterin ystäväklubiin, mikäli sellainen perustettaisiin. Erittäin kiinnostuneita liittymisestä oli noin viidennes vastaajista. Houkuttelevimpina jäsenetuina vastaajat pitivät alennuksia pääsylippujen hinnoista, viime hetken tarjouksia, tekijä- ja taitelijatapaamisia sekä pääsyä avoimiin harjoituksiin. Mahdollisuus osallistua teosten syntyprosessiin esimerkiksi käsikirjoitusta muokkaamalla tai osallistumalla harjoitusten jälkeen pidettävään palautekeskusteluun ei sitä vastoin herättänyt riemunkiljahduksia – yli kolmasosa vastaajista ilmoitti, että haluaa seurata teosten syntyprosessia ilman, että hänen tarvitsee antaa palautetta tai osallistua siihen muilla tavoin. Reilu viidesosa ilmoitti, ettei halua osallistua millään tavalla esitysten kehittämiseen. Teatterin hyväksi tehtävä vapaaehtoistyö ei sekään saanut suurta suosiota. Harvempi kuin joka viides ilmoitti olevansa edes jokseenkin kiinnostunut osallistumaan talkoisiin tai toimimaan teatteriasiamiehenä. Julisteiden jakelu ja tukikeräyksen järjestäminen teatterin hyväksi kiinnosti alle kymmenesosaa vastaajista.

Vaikka vastaajajoukko oli verrattain suppea, voi tulosten ajatella heijastavan laajemman ryhmän mielipidettä. Kyselyyn vastanneiden henkilöiden ikä- ja sukupuolijakauma vastaa näet verrattain hyvin suomalaisten teatterissa kävijöiden ikä- ja sukupuolijakaumaa. Niinpä suurta kansansuosiota mielivän ystäväohjelman kannattanee tarjota alussa yhteisöllisen tekemisen sijasta rahanarvoisia etuja. Mikäli teatterin tähtäimessä on kehittää teoksiaan yleisön avulla, klubilaisiksi kannattanee rekrytoida itsensä työllistäviä naisia. Kyselytutkimuksen valossa kaikkein positiivisimmin esitysten tekoprosessiin osallistumiseen näyttivät suhtautuvan freelancereina ja yrittäjinä työskentelevät naiset. Laajempi tutkimus tulosten vahvistamiseksi olisi kuitenkin tarpeen.

Asiakaskysely antoi viitteitä siitä, millaisia asioita ja etuja vastaajat toivovat uudelta ystäväklubilta. Todellisuudessa vasta aika näyttää, mitä klubilaiset todella halajavat. Ihmisten kun on hankala toivoa jotain, josta heillä ei ole tietoa tai kokemusta. Seuraava askel tutkimustyötä olisikin lanseerata KokoTeatterin ystäväohjelma ja selvittää, miten hyvin se palvelee sekä teatterin että asiakkaiden tarpeita. Klubilaisille järjestettävät tilaisuudet mahdollistavat palautteen keräämisen toiminnasta. Vielä tarkempaa tietoa ystävätoiminnan tavoitteiden täyttymisestä ja tarvittavista kehitys- ja jatkotoimenpiteistä saadaan toteuttamalla kyselytutkimus esimerkiksi vuosi tai puoli vuotta ystäväohjelman lanseeraamisen jälkeen. Tässä hyvän työkalun tarjoavat kyselylomakkeiden ohella teemahaastattelut, jotka päästävät klubilaiset aidosti ääneen.

Ystäväohjelman perustamiseen liittyviä vinkkejä on esitelty luvussa 4. Jotta lista täydentyisi, syvällisempi tutkimus olisi tarpeen. Pureutumalla tarkasti teattereissa käytössä olevien ohjelmien jäsenmääriin, kustannuksiin, hyötyihin sekä jäsenten tuntemaan kiintymykseen omaa organisaatiotaan kohtaan voitaneen selvittää, mikä on edullisin ja tehokkain tapa luoda uskollisia teatterin ystäviä. Roger Tomlinson on tosin kirjoittanut, että ystävien sijasta teattereiden kannattaisi panostaa faneihin. Nämä kun pysyvät teatterinsa rinnalla, tapahtui mitä tahansa. Tomlinsonin mainitsemaan fanitukseen sopisi myös elokuvateollisuudesta tuttu tuoteperheajattelu, jossa tarinat kaupallistetaan. Innokkaille faneille tarjotaan niin julisteita, avaimenperiä, lelufiguureita kuin elintarvikkeitakin, joiden avulla teokset laajentuvat osaksi ihmisten arkea. Oheistuotemyyntiä on harrastettu Suomessa muun muassa Turun Kaupunginteatterissa. Vuonna 2018 J. R. R. Tolkienin tarinoista haltioituneet fanit saattoivat lunastaa teatterin lippukaupasta pääsylippujen ja käsiohjelmien lisäksi Taru Sormusten

Herrasta -kasseja, -postikortteja, -julisteita ja t-paitoja.²⁷² Mutta mistä löytyisi tuote, jonka lähes jokainen katsoja haluaisi ostaa itselleen, olipa hän sitten pitänyt näkemästään teoksesta tai ei?

Perinteisesti teatterit ovat pyrkineet sitouttamaan yksittäisiä ihmisiä vakikävijöiksi ja taloudellisiksi tukijoiksi. Suuret rahat liikkuvat kuitenkin yrityspuolella. Elokuvamaailmassa on tavallista houkutella sponsoreita, jotka vastineeksi rahallisesta panoksestaan saavat näkyvyyttä esimerkiksi tuotesijoittelun muodossa. Osa teattereista tarjoaa yrityksille mahdollisuutta ryhtyä mesenaatiksi ja saada logonsa käsiohjelmiin tai teatterin verkkosivuille. Olisi kuitenkin kiinnostavaa tutkia, miten katsojat reagoisivat, jos yhteistyö vietäisiin askelta pidemmälle ja esiintyjät olisi puettu mainospaitoihin tai teoksessa keuhutaisiin esitystä sponsorineen yhtiön tuotteita. Kyseisiä kikkoja näkee Suomessa yleensä vain opiskelijoiden spekseissä, mutta niitä voitaisiin kokeilla laajemminkin.

Yritysten ja yksilöiden sitouttamiseen liittyy tuhansia kartoittamattomia polkuja. Yksi asia on kuitenkin varma: Jotta teatterit pysyisivät elinvoimaisina, ei riitä, että ne onnistuvat vakiinnuttamaan itselleen uskollisen ystäväryhmän tai haalimaan tukun sponsoreita. Toimintaa on kehitettävä jatkuvasti ja mukaan on rekrytoitava uusia tekijöitä. Menestys edellyttää muutosta.

²⁷² Turun Kaupunginteatteri 2018b.

6 Lähteet

Julkaistut

Bergström, Seija & Leppänen, Arja 2015. *Yrityksen asiakasmarkkinointi*, 16., uudistettu painos. Helsinki: Edita.

Blomqvist, Ralf; Dahl, Johan & Haeger, Thomas 1993. *Suhdemarkkinointi: asiakassuhteet strategisena kilpailukeinona*. Jyväskylä: Weilin+Göös.

Bussell, Helen & Forbes, Deborah 2006. "Friends" Schemes in Arts Marketing: Developing Relationships in British Provincial Theatres. *International Journal of Arts Management*. Vol.8 (2), s. 38–49.

Chong, Derrick 2010. *Arts management*, 2. painos. Lontoo: Routledge.

Francis, Jennifer Faure 2011. Valuable Friends. *The Journal of Arts Marketing*. 42/2011, s. 8–9. <https://issuu.com/sugarfreedesign/docs/ama_jam42>.

Gee, Sarah 2011. Friends or foes? *The Journal of Arts Marketing*. 42/2011, s. 10–11. <www.culturehive.co.uk/wp-content/uploads/2013/03/Article-Friends-or-foes-JAM42-Sarah-Gee-2011.pdf>.

Grönros, Eija-Riitta; Haapanen, Minna; Heinonen, Tarja Riitta; Joki, Leena; Nuutinen, Liisa & Vilkkamaa-Viitala, Marjatta 2007. *Kielitoimiston sanakirja: 1. osa, A-K*, 2. painos. Helsinki: Kotimaisten kielten tutkimuskeskus

Guirgis, Stephen Adly 2017. *The motherfucker with the hat*. New York: Theatre Communications Group.

Gummesson, Evert 2004. *Suhdemarkkinointi 4P:stä 30R:ään*, 2., uudistettu painos. Hämeenlinna: Karisto Oy.

Harms, Victoria, Reese, Miriam & Elias, Lorin J. 2014. Lateral bias in theatre-seat choice. *Laterality*. 19:1, s. 1–11. <<https://doi-org.libproxy.helsinki.fi/10.1080/1357650X.2012.746349>>.

Helavuori, Hanna & Volmari, Piia 2019. *Teatteritilastot 2018*. Helsinki: Painotalo Trinket. <https://www.tinfo.fi/documents/teatteritilastot_2018_web.pdf>.

Hill, Liz & Whitehead, Brian 2007. *The Complete Membership Handbook – A guide to managing friends, members and supporters schemes*, uusintapainos vuodelta 2004. Lontoo: Directory of Social Change.

Hytti, Jukka 2005. *Teatterituottajan opas*. Helsinki: Like.

Kuusela, Hannu 2001. Virheet palveluorganisaation voimavarana. Teoksessa Grönroos, Christian & Järvinen, Raija (toim.). *Palvelut ja asiakassuhteet markkinoinnin polttopisteessä*, s. 96–107. Helsinki: Kauppakaari.

Mattinen, Hannu 2006. *Asiakkuusosaaminen: kuuntele asiakastasi*. Helsinki: Talentum.

Mermiri, Tina 2010. *Arts philanthropy: the facts, trends and potential*. Lontoo: Arts & Business.
<<https://www.aandbscotland.org.uk/documents/2012-06-12-10-42-58-31-Arts-philanthropy-facts-trends.pdf>>.

Slater, Alix 2004. Revisiting membership scheme typologies in museums and galleries. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*. Vol. 9, No. 3, s. 238–260.

Tomlinson, Roger 2011. Fans not fiends. *The Journal of Arts Marketing*. 42/2011, s. 16–17.
<https://issuu.com/sugarfreedesign/docs/ama_jam42>.

Vehkalahti, Kimmo 2008. *Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät*. Helsinki: Tammi.

Weyers, Peter; Milnik, Annette; Müller, Clarissa & Pauli, Paul 2006. How to choose a seat in theatres: Always sit on the right side? *Laterality*. 11:2, s. 181–193.
<<https://doi-org.libproxy.helsinki.fi/10.1080/13576500500430711>>.

YrittäjäSanomat 2010. Hämeenlinnan Teatteriön nimikkotuoleja yrityksille. *YrittäjäSanomat*. 3/2010, s.21. <https://issuu.com/yrittajat/docs/ys3_2010/21>.

Julkaisemattomat

Aho, Paula 22.3.2019. Tampereen Työväen Teatterin ystävät ry:n sihteeri. Sähköpostikeskustelu. Kirjoittajan hallussa.

Asikainen, Vesa-Petteri 10.3.2020. PerformanceSirkusyhdistys ry:n hallituksen puheenjohtaja. Sähköpostikeskustelu. Kirjoittajan hallussa.

KokoTeatteri -yhdistys ry 2017. *Toimintasuunnitelma ja talousarvio vuodelle 2018*. Pdf. Kirjoittajan hallussa.

Lahtinen, Matti 22.3.2019. Teatteri Kehä III:n Ystävät ry:n puheenjohtaja. Sähköpostikeskustelu. Kirjoittajan hallussa.

Lahtinen, Matti 25.3.2019. Teatteri Kehä III:n Ystävät ry:n puheenjohtaja. Sähköpostikeskustelu. Kirjoittajan hallussa.

Perkkiö, Ismo 21.3.2019. Kemin kaupunginteatterin teatterisihteeri. Sähköpostikeskustelu. Kirjoittajan hallussa.

Purtonen, Irene 22.3.2019. Mikkelin teatterikerhon puheenjohtaja. Sähköpostikeskustelu. Kirjoittajan hallussa.

Rantanen, Minna 13.2.2020. Insight Director/Kantar TNS Oy. Sähköpostikeskustelu. Kirjoittajan hallussa.

Talasranta, Topi 10.3.2020. Kouvolan Teatterin myynti- ja markkinointipäällikkö. Sähköpostikeskustelu. Kirjoittajan hallussa.

Tola, Heini 25.3.2019. Teatteri Avoimien Ovien taiteellinen johtaja. Sähköpostikeskustelu. Kirjoittajan hallussa.

Vallisaari, Päivi 25.3.2019. Teatteri Avoimien Ovien Ystävät ry:n entinen puheenjohtaja. Kirjoittajan hallussa.

Verkkolähteet

Ateneum 2017. Ateneumin ystävät. Viitattu 11.5.2017.

<<http://www.ateneum.fi/ystavat/>>.

Aurinkobaletti 2020. Aurinkobaletin Kannatusyhdistys ry. Viitattu 7.3.2020.

<<http://www.aurinkobaletti.fi/aurinkobaletti/kannatusyhdistys/>>.

Burgess, David 2017. Are your Friends holding you back? Viitattu 30.1.2020.

<<http://apollofundraising.com/wp-content/uploads/2018/06/Are-your-Friends-holding-you-back.pdf>>.

Business to Arts 2020. Friends & Membership Schemes: Tips From the Industry. Viitattu 7.3.2020.

<<http://www.businesstoarts.ie/newstream/knowledge-centre/friends-membership-schemes/tips-from-the-industry/>>.

Doyle, Charles 2011. Loyalty scheme. Teoksessa *A Dictionary of Marketing*. Oxford University Press. Viitattu 22.2.2018.

<www.oxfordreference.com.libproxy.helsinki.fi/view/10.1093/acref/9780199590230.001.0001/acref-9780199590230-e-1025>.

Espoon Kaupunginteatteri 2020a. Kannatusyhdistys. Viitattu 6.3.2020.

<<https://espoonteatteri.fi/teatteri/kannatusyhdistys/>>.

Espoon Kaupunginteatteri 2020b. Ilmoittaudu ryhmänvetäjäksi. Viitattu 27.3.2020.

<<http://espoonteatteri.fi/yleisotyo/ilmoittaudu-ryhmanvetajaksi/>>.

Espoon Kaupunginteatterin kannatusyhdistys ry 2020. Liity jäseneksi. Viitattu 6.3.2020.

<<https://www.espoonkaupunginteatterinkannatusyhdistys.fi/liity-jaeseneksi>>.

FlowHouse 2018. Eturivin Kunkku nauttii teatterielämyksensä kaikilla herkuilla. Viitattu 13.2.2018.

<<http://www.flowhouse.fi/referenssi/jyvaskylan-kaupunginteatteri-3/>>.

Flow Productions 2020. Liity kannatusjäseneksi. Viitattu 6.3.2020.

<<http://www.flowprod.fi/liity-kannatusjaseneksi/>>.

Helsingin Kaupunginteatteri 2020a. Kultaposse. Viitattu 7.3.2020.

<<https://hkt.fi/kultaposse/>>.

Helsingin Kaupunginteatteri 2020b. Tilin pääsivu. Instagram. Viitattu 6.2.2020.

<<https://www.instagram.com/hktfi/>>.

Helsingin Teatterikerho ry 2020a. Etusivu. Viitattu 23.3.2020.

<<https://www.helsinginteatterikerho.fi/>>.

Helsingin Teatterikerho ry 2020b. Säännöt. Viitattu 23.3.2020.

<https://www.helsinginteatterikerho.fi/wp-content/uploads/2015/04/s%C3%A4%C3%A4nn%C3%B6t20_4_2015.pdf>.

Hämeenlinnan Teatterikerho 2020a. Etusivu. Viitattu 6.3.2020.

<<https://www.hameenlinnanteatterikerho.net/>>.

Hämeenlinnan Teatterikerho 2020b. Jäsenmaksut ja muut jäsenasiat. Viitattu 6.3.2020.

<<https://www.hameenlinnanteatterikerho.net/3>>.

Joensuun kaupunginteatteri 2020. Joensuun Teatterikerho ry. Viitattu 6.3.2020.

<<https://www.joensuunteatteri.fi/teatteri-infoa/joensuun-teatterikerho-ry>>.

JoJo 2020a. Liity JoJon jäseneksi. Viitattu 6.3.2020.

<<https://www.jojo.fi/jaeseneksi>>.

JoJo 2020b. Jäseninfo. Viitattu 6.3.2020.

<https://cc1f730f-4368-41f4-b7f7-32fa91bed079.filesusr.com/ugd/615040_35d893c3df534c37ae85e3dcccc3d257.pdf>.

Kajaanin kaupunginteatteri 2020. Tukiyhdistyksen jäsenyys. Viitattu 6.3.2020.

<<http://www.kajaani.fi/fi/kajaaninteatteri/tukiyhdistyksen-jasenyys>>.

Kansallisteatteri 2020a. Teatteriagentit. Viitattu 7.3.2020.

<<https://kansallisteatteri.fi/ryhmat-ja-yritykset/teatteriagentit/>>.

Kansallisteatteri 2020b. Tekijät esiin! ja Teemakeskustelut. Viitattu 27.3.2020.

<<https://kansallisteatteri.fi/sukella-syvemmalle/tekijat-esiin-ja-teemakeskustelut/>>.

Kansan Raamattuseura 2020. Sananjalka Nukketeatteri. Viitattu 6.3.2020.

<https://www.kansanraamattuseura.fi/seurakunnille_ja_yhteisoiille/sisaltoja_ohjelmaa/draama/sanan_jalka_nukketeatteri>.

Kemin kaupunginteatteri 2016. Toimintakertomus 2015. Viitattu 4.5.2017.

<<https://issuu.com/keminkaupunginteatteri/docs/toimintakertomus2015>>.

Klockriketeatern 2020. Teatteri. Viitattu 6.3.2020.

<<https://klockrike.fi/fi/teatteri/>>.

Kokkolan kaupunginteatteri 2017. Yleisötyö. Viitattu 4.5.2017.

<<http://kokkolanteatteri.fi/yleisotyo>>.

Koko Jazz Club 2018. Esittely. Viitattu 8.2.2018.

<<http://www.kokojazz.fi/esittely/>>.

Kotkan Teatterikerho 2018. Kotkan Teatterikerhon 70-vuotisjuhla su 16.12.2018. Viitattu 6.3.2020.

<<https://kotkanteatterikerho.fi/kotkan-teatterikerhon-70-vuotisjuhla-su-16-12-2018/>>.

Kotkan Teatterikerho 2020. Kerhon toiminta ja jäsenyys. Viitattu 6.3.2020.

<<http://kotkanteatterikerho.fi/kerhon-toiminta-ja-jasenyys/>>.

Kouvolan Teatteri 2020. Asiakaskerhot. Viitattu 6.3.2020.

<<https://www.kouvolanteatteri.fi/liput/asiakaskerhot>>.

Kulttuurilahja 2020a. Hankkeen hakijalle. Viitattu 25.3.2020.

<<https://kulttuurilahja.fi/hankkeen-hakijalle/>>.

- Kulttuurilahja 2020b. Hankkeet. Viitattu 25.3.2020.
<<https://kulttuurilahja.fi/hankkeet/>>.
- KvantiMOTV 2010. Kyselylomakkeen laatiminen. Viitattu 7.5.2018.
<<http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kyselylomake/laatiminen.html>>.
- Lahden kaupunginteatteri 2020a. Lahden Teatterikerho ry. Viitattu 6.3.2020.
<<https://www.lahdenkaupunginteatteri.fi/tarjoilut/lahden-teatterikerho-ry>>.
- Lahden kaupunginteatteri 2020b. Iivaripatsaat. Viitattu 6.3.2020.
<<https://www.lahdenkaupunginteatteri.fi/tarjoilut/iivaripatsaat>>.
- Lahden kaupunginteatteri 2020c. Aitiopaikka-klubi. Viitattu 6.3.2020.
<<https://www.lahdenkaupunginteatteri.fi/aitiopaikka-klubi>>.
- Lahden kaupunginteatteri 2020d. Jäsensivut. Viitattu 6.3.2020.
<<https://www.lahdenkaupunginteatteri.fi/tarjoilut/jasensivut>>.
- Lappalainen, Elina 2011. "Maksa mitä jaksat" -kampanja pelitti suomalaisstudiolle hyvät rahat. *M&M*. Viitattu 7.5.2018.
<<https://www.marmai.fi/uutiset/maksa-mita-jaksat-kampanja-pelitti-suomalaisstudiolle-hyvat-rahats/6675b5df-88b5-3883-936c-e956fad54b8c>>.
- Leppilampi, Mikko. Tilin pääsivu. Instagram. Viitattu 6.2.2020.
<<https://www.instagram.com/mikkoleppilampi/?hl=fi>>.
- Lindholm, Arto; Simovaara, Jyrki; Cantell, Timo & Mielonen Helena 2011. *Yleisötutkimus kulttuurialan opinnäytetyönä*. Verkkojulkaisu. Helsinki: HUMAK.
<www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/34195/978-952-456-115-0.pdf?sequence=1>.
- Manhattan Theatre Club 2020a. Young patron. Viitattu 27.3.2020.
<<https://www.manhattantheatreclub.com/support-mtc/individuals/young-patron/>>.
- Manhattan Theatre Club 2020b. Patron program. Viitattu 27.3.2020.
<<https://www.manhattantheatreclub.com/support-mtc/individuals/patrons/>>.
- Membook 2020. Hinnasto. Viitattu 18.3.2020.
<<http://www.membook.fi/hinnasto/>>.
- Mesenaatti.me 2019a. Mikä on Mesenaatti.me? Viitattu 10.1.2019.
<<https://mesenaatti.me/info/mika-on-mesenaatti-me/>>.
- Mesenaatti.me 2019b. Riittämätön - tanssiteatteriteos päihteidenkäyttäjien läheisille. Viitattu 10.1.2019.
<<https://mesenaatti.me/campaign/?id=957#single/view>>.
- Mesenaatti.me 2019c. Bernstein Candide-operetti. Viitattu 10.1.2019.
<<https://mesenaatti.me/campaign/?id=988#single/view>>.
- Mesenaatti.me 2019d. Kotiteatterin maakuntakiertue. Viitattu 10.1.2019.
<<https://mesenaatti.me/campaign/?id=1012#single/view>>.

Mikkelin Teatteri 2020. Jäseneksi. Viitattu 6.3.2020.

<<http://www.mikkelintheatteri.fi/jaseneksi/>>.

Mikkelin Teatterikerho 2020a. Aloit. Viitattu 4.2.2020.

<<https://www.mikkelintheatterikerho.fi/index.php>>.

Mikkelin Teatterikerho 2020b. Liity jäseneksi. Viitattu 6.3.2020.

<<https://www.mikkelintheatterikerho.fi/index.php/jaseneksi/liittyminen-jaseneksi.html>>.

Mustan ja Valkoisen Teatteri 2020a. Kannatusjäsenyys. Viitattu 6.3.2020.

<<https://blackandwhitetheatre.net/kannatusjasenyys/>>.

Mustan ja Valkoisen Teatteri 2020b. Talkootyö. Viitattu 16.3.2020.

<<https://blackandwhitetheatre.net/talkootyo-2/>>.

Oulun teatteri 2018. Asiameistoiminta. Viitattu 31.1.2018.

<<https://teatteri.ouka.fi/osta-lippuja/asiameistoiminta/#main-title>>.

Oulun teatteri 2019. Tule mukaan teatterin yhteisöpaneeliin! Viitattu 19.12.2019.

<<https://teatteri.ouka.fi/2019/11/14/tule-mukaan-teatterin-yhteisopaneeliin/>>.

Paloniemi, Satu 2018. Eturivin ~~Kunkun~~ Kuningattaren Blogi. Viitattu 13.2.2018.

<<http://eturivinkunkku.blogspot.fi/>>.

Patentti- ja rekisterihallitus 2020. Sääntömallit eli mallitekstit yhdistyksen säännöiksi. Viitattu 18.3.2020.

<https://www.prh.fi/fi/yhdistysrekisteri/rekisteroidylle_yhdistykselle/saantojen_muutosilmoitus/saanto_mallit.html>.

Porttiteatteri 2019. Liity kannatusjäseneksi. Viitattu 6.3.2020.

<<https://porttiteatteri.fi/liity-jaseneksi/>>.

Projektori-ryhmä ry 2020. Tietoa ryhmästä. Viitattu 6.3.2020.

<<https://www.projektori-ryhma.com/projektori-ryhma/>>.

Routa Company 2020. Liity jäseneksi! Viitattu 27.3.2020.

<<http://routacompany.fi/ole-roudan-jasen-saa-enemman/>>.

Royal Academy 2017. Friends membership. Viitattu 9.5.2017.

<<https://www.royalacademy.org.uk/friends-of-the-royal-academy>>.

Savonlinnan Oopperajuhlat 2020. Club Opera. Viitattu 27.3.2020.

<<https://operafestival.fi/hyva-tietaa/club-opera/>>.

Seinäjoen kaupunginteatteri 2020. Yhteys. Viitattu 6.3.2020.

<<https://seinajoenkaupunginteatteri.fi/yhteys/>>.

Sivuun Ensemble 2020. Tue meitä. Viitattu 7.3.2020.

<<http://www.sivuun.net/tue-meitauml.html>>.

Sorjonen Hilppa & Sivonen Outi 2015. *Taide- ja kulttuurilaitosten yleisötyön muodot, laajuus ja tuloksellisuus*. Cuporen verkkojulkaisu 27. Viitattu 22.2.2018.

<<https://www.cupore.fi/images/tiedostot/taide-jakulttuurilaitostenyleisotyomuodot17.4..pdf>>.

Suomen freelance-journalistit 2020. Palkkiosuosituksset vuodelle 2020. Viitattu 27.3.2020.
<<https://www.freet.fi/palkkiot-ja-sopimukset/miten-free-journalisti-hinnoittelee-tyonsa/>>.

Suomen Teatterit ry 2017. Suomalaisten teatterissa, tanssiesityksissä ja oopperassa käynti 2016. Viitattu 8.5.2017.
<http://www.suomenteatterit.fi/wp-content/uploads/2017/03/220107538_Teatterissa-tanssiesityksiss%C3%A4-ja-opperassa-k%C3%A4ynti-2016_Raportti.pdf>.

Suomen virallinen tilasto (SVT) 2019. Vapaa-ajan osallistuminen. Verkkojulkaisu. Musiikin kuuntelu 2017. Helsinki: Tilastokeskus. Viitattu 20.1.2020.
<http://www.stat.fi/til/vpa/2017/04/vpa_2017_04_2019-05-22_tie_001_fi.html>.

Svenska Teatern 2020a. Bli teaterbloggare. Viitattu 25.3.2020.
<https://svenskateatern.fi/sv/vara_tjanster/bloggare/>.

Svenska Teatern 2020b. Teaterombud. Viitattu 5.3.2020.
<https://www.svenskateatern.fi/sv/vara_tjanster/teaterombud/>.

Taittuu ry 2020. Kannatusjäseneksi. Viitattu 7.3.2020.
<http://www.taittuu.fi/?page_id=15>.

Tampereen Komediateatteri 2020. Komediapassi. Viitattu 6.3.2020.
<<https://www.komediateatteri.fi/liput/komediapassi/>>.

Tampereen Teatteri 2020. Kanta-asiakasklubi. Viitattu 10.3.2020.
<<https://tampereenteatteri.fi/kanta-asiakasklubi/>>.

Tampereen Työväen Teatterin ystävät ry 2020a. Toiminta. Viitattu 6.3.2020.
<<http://tttystavat.nettisivu.org/3-2/>>.

Tampereen Työväen Teatterin ystävät ry 2020b. Jäsenasiat. Viitattu 6.3.2020.
<<http://tttystavat.nettisivu.org/jasenasiat/>>.

Tampere-talo 2018. Tero Saarinen & Kimmo Pohjonen: Breath. Viitattu 3.4.2020.
<<https://www.tampere-talo.fi/tapahtumat/breath/>>.

Tanssin Tiedotuskeskus 2018. Tero Saarinen Company: Breath – avoimet harjoitukset. Viitattu 18.3.2018.
<<https://www.danceinfo.fi/esityskalenteri/tero-saarinen-company-breath-avoimet-harjoitukset/>>.

Tanssiteatteri ERI 2020. Kannatusyhdistys. Viitattu 6.3.2020.
<<https://eri.fi/kannatusyhdistys/>>.

Tanssiteatteri MD 2016. Nimikkotuolit. Viitattu 8.5.2017.
<<http://www.tanssiteatterimd.fi/wp-content/uploads/2016/10/nimikkotuolit.pdf>>.

Tanssiteatteri MD 2020. Liity kannatusjäseneksi. Viitattu 6.3.2020.
<<http://www.tanssiteatterimd.fi/liity-kannatusjaseneksi/>>.

Tanssiteatteri Minimi 2020. Minimi. Viitattu 6.3.2020.
<<https://minimi.fi/minimi/>>.

Teater Hekate 2020. Föreningen. Viitattu 6.3.2020.
<<http://hecate.fi/about/foreningen/>>.

Teatteri Avoimet Ovet 2017. Teatteri Avoimien Ovien Ystävät ry. Viitattu 23.3.2017.
<<https://www.avoimetovet.fi/ystavayhdistys/>>.

Teatteri Avoimet Ovet 2020. Toimisto. Viitattu 13.1.2020.
<<https://www.avoimetovet.fi/toimisto/>>.

Teatteri Jurkka 2020. Huoneteatteri Jurkan Kannatusyhdistys r.y. Viitattu 13.1.2020.
<<http://www.jurkka.fi/kannatusyhdistys/>>.

Teatteri Toivo 2020. Kannatusjäsenyys. Viitattu 6.3.2020.
<<https://holvi.com/shop/teatteritoivo/section/kannatusjasenyys/>>.

Teatteri Traktori 2018. Liity jäseneksi. Viitattu 6.3.2020.
<<https://www.traktori.net/yhdistys/liity-jaseneksi/>>.

Teatteri Vantaa 2020. Ystävät. Viitattu 6.3.2020.
<<http://teatterivantaa.fi/ystavat/>>.

TE-palvelut 2020. Vapaaehtoistyö ja talkootyö. Viitattu 16.3.2020.
<https://www.te-palvelut.fi/te/fi/tyonhakijalle/jos_jaat_tyottomaksi/tyottomyysturva/vapaaehtoistyö_talkootyö/index.html>.

Tero Saarinen Company 2020. Liity ystäväksi. Viitattu 18.2.2020.
<<https://tersaarinen.com/fi/ystavat/liity/>>.

Tietosuojavaltutetun toimisto 2020. Henkilötietojen käsittely. Viitattu 18.3.2020.
<<https://tietosuoja.fi/henkilotietojen-kasittely>>.

Tilastokeskus 2017. Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö 2017. Viitattu 23.1.2018
<http://www.stat.fi/til/sutivi/2017/13/sutivi_2017_13_2017-11-22_fi.pdf>.

TINFO 2018. Teatterihaku, VOS-teatteri + Suomen Kansallisteatteri. Viitattu 1.2.2018.
<<https://www.tinfo.fi/fi/Teatterihaku>>.

Turun Kaupunginteatteri 2018a. Asiamiestoiminta. Viitattu 31.1.2018.
<<http://teatteri.turku.fi/turun-kaupunginteatteri/liput/asiamiestoiminta>>.

Turun Kaupunginteatteri 2018b. Taru Sormusten herrasta -fanituotteet. Viitattu 24.1.2020.
<https://teatteri.turku.fi/uutinen/2018-09-21_taru-sormusten-herrasta-fanituotteet>.

Turun Kaupunginteatteri 2020. Kotikriitikot. Viitattu 1.3.2020.
<<http://teatteri.turku.fi/turun-kaupunginteatteri/yleisotyo/kotikriitikot>>.

Työsuojeluhallinto 2020. Vapaaehtoistyö. Viitattu 16.3.2020.
<<https://www.tyosuoja.fi/tyosuoja-tyopaikalla/vapaaehtoistyö>>.

Työttömyysturvalaki 30.12.2002/1290. Finlex. Viitattu 16.3.2020.
<<https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2002/20021290#O1L2P4>>.

UIT 2020. Tue meitä. Viitattu 6.3.2020.
<<https://www.uit.fi/ryhdy-ilonkantajaksi>>.

Unga Teatern 2020. Vill du understöda Unga Teatern? Viitattu 6.3.2020.
<<http://www.ungateatern.fi/sv/om-teatern/vill-du-stoda-unga-teatern/>>.

Vaara 2017. Tue Vaaraa. Viitattu 10.3.2020.
<<http://vaara-kollektiivi.blogspot.com/p/tue-toimintaa.html>>.

Varkauden Teatteri 2020. Teatterin tuki. Viitattu 10.3.2020.
<<https://varkaudenteatteri.fi/muuta/teatterin-tuki/>>.

Varkauden Teatterikerho 2020. Jäseneksi. Viitattu 6.3.2020.
<<http://www.varkaudenteatterikerho.fi/jaseneksi/>>.

Verohallinto 2020a. Tuloverotus - yhdistys ja säätiö. Viitattu 26.3.2020.
<<https://www.vero.fi/yritykset-ja-yhteisot/tietoa-yritysverotuksesta/tuloverotus/yhdistys-ja-saatio/>>.

Verohallinto 2020b. Yleishyödyllisten yhteisöjen verotus – usein kysyttyä. Viitattu 26.3.2020.
<https://www.vero.fi/yritykset-ja-yhteisot/tietoa-yritysverotuksesta/tuloverotus/yhdistys-ja-saatio/yleishyodyllisten_yhteisojen_verotus__u/>.

Viirus 2020. Skall vi bli vänner påiktigt? Viitattu 10.3.2020.
<<https://us7.list-manage.com/subscribe?u=06921efc80865ae3c1e0797e8&id=eb578e6b22>>.

Yhdistysavain 2020. Hinnasto. Viitattu 18.3.2020.
<<https://www.yhdistysavain.fi/hinnasto/>>.

Yhdistyslaki 26.5.1989/503. Finlex. Viitattu 18.3.2020.
<<http://finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1989/19890503?search%5Btype%5D=pika&search%5Bpika%5D=yhdistyslaki>>.

Åbo Svenska Teater 2018. Grupper. Viitattu 1.2.2018.
<<https://www.abosvenskateater.fi/sv/kommed/grupper/>>.

Åbo Svenska Teater 2020a. Bli medlem. Viitattu 6.3.2020.
<https://www.abosvenskateater.fi/sv/kommed/bli_medlem/>.

Åbo Svenska Teater 2020b. Mesenaatit. Viitattu 6.3.2020.
<https://www.abosvenskateater.fi/fi/tule_mukaan/mesenaatit/>.

7 Liitteet

LIITE 1. Tarkasteltavat VOS-teatterit sekä Suomen Kansallisteatteri

Ahaa Teatteri	Seinäjoen kaupunginteatteri
Aurinkobaletti	Suomen Komediateatteri
Espoon Kaupunginteatteri	Svenska Teatern
Tanssiteatteri Glims & Gloms	Tampereen Komediateatteri
Helsingin Kaupunginteatteri	Tampereen Teatteri
Hämeenlinnan Teatteri	Tampereen Työväen Teatteri
Joensuun kaupunginteatteri	Tanssiteatteri Eri
JoJo – Oulun Tanssin Keskus	Tanssiteatteri Hurjaruuth
Jyväskylän kaupunginteatteri	Tanssiteatteri MD
Kajaanin kaupunginteatteri	Tanssiteatteri Minimi
Kemin kaupunginteatteri	Tanssiteatteri Raatikko
Kokkolan kaupunginteatteri	Tanssiteatteri Rimpparemmi
KOM-teatteri	Teatteri Eurooppa Neljä
Kotkan Kaupunginteatteri	Teatteri Hevosenkenkä
Kouvolan Teatteri	Teatteri Imatra
Kuopion kaupunginteatteri	Teatteri Jurkka
Lahden kaupunginteatteri	Teatteri Mukamas
Lappeenrannan kaupunginteatteri	Teatteri Rollo
Linnateatteri	Teatteri Vantaa
Mikkelin Teatteri	Tero Saarinen Company
Nukketeatteri Sampo	Turun Kaupunginteatteri
Oulun teatteri	Unga Teatern
Porin Teatteri	Vaasan kaupunginteatteri
Q-teatteri	Varkauden Teatteri
Rauman teatteri	Wasa Teater
Riihimäen Teatteri	Viirus
Rovaniemen Teatteri	Zodiak – Uuden tanssin keskus
Ryhmäteatteri	Åbo Svenska Teater
Savonlinnan Teatteri	Suomen Kansallisteatteri

LIITE 2. Tarkasteltavat vapaan kentän toimijat

A E I O U	KP-Ideat Oy / Kulttuurikone	Pikku Aasin Nukketeatteri	Teatteri Soiva Sammakko
Akseli Klonk	Kulttuurikollektiivi Silta	Porttiteatteri	Teatteri Taiga-Matto
Aleksanterin teatteri	Kulttuuriosuuskunta Kaje	Projektori-ryhmä	Teatteri Taimine
ATT – ensemble (Alppilan Taiteellinen Teatteri)	Kuninkaankartanon kesäteatteri	Puotilan kesäteatteri	Teatteri Takomo
Aura of Puppets	Kuriton Company	Quo Vadis	Teatteri Telakka
Blaue Frau	Kurnuttava Sammakko	Rakastajat-teatteri	Teatteri Terve Tyttö
Circus Maximus	KUT Keski-Uudenmaan Teatteri	Recover Laboratory	Teatteri Toivo
DuvTeatern	Laboratoriateatteri Fennica	Red Nose Company	Teatteri Totti
Esitystaiteen seura	Lentävän Poron Teatteri / Kesäteatteri	Routa Company	Teatteri Tuike
European theatre collective, etc.	Lilla Villan	Ruska Ensemble	Teatteri Umpihanki ry
Flow Productions	Mad House	sadsongskomplex:fi	Teatteri Vanha Juko
Greta Productions	Mamia Company	Saimaan Teatteri	Teatteri Vertigo
Gruppen Fyra	Maria Baric Company	Sirkus Supiainen	Teatteri-Traktori
Grus Grus Teatteri	Musiikkiteatteri Kapsäkki	Sivuun Ensemble	Teatterikone
HIT Helsinki	Mustan ja Valkoisen Teatteri	Suomalainen kamariooppera	TEHDAS Teatteri
Hämeen Kuninkaallinen Nukketeatteri	Myllyteatteri	Suomen Musiikkiteatteri	Todellisuuden tutkimuskeskus
Hämeenlinnan Uusi Kesäteatteri	Nukketeatteri Ofelia	Suomen taiteellinen metsäteatteri	Toisissa tiloissa -esitystaiteen kollektiivi
Höyhentämö	Nukketeatteri Piironginlaatikko	Tahtiteatteri	TOTEM-teatteri / TOTEM-teatern
IdeaTeatteri	Nukketeatteri PikkuKulkuri	Taittuu ry	UIT Hakaniemen musiikkiteatteri
Improteatern Stjärnfall	Nukketeatteri Reaktori	Tanssiteatteri Tsuumi	Universum
Improvisaatioteatteri Riskiryhmä	Nukketeatteri Sananjalka	Teater Hekate	Ursa Minor
Improvisaatioteatteri Snorkkeli	Nukketeatteri Sytkyt	Teater Josefina	UusiTeatteri
Improvisaatioteatteri Stella Polaris	Oblivia	Teater Kojan	Vaara – esittävän taiteen kollektiivi
Jalostamo ²	Ona Kamu Kollektiivi	Teater Mestola	Valtimonteatteri
Joensuun Vapaa Teatteri	Ooppera Skaala	Teatr Za	Vapaa Teatteri
Juha Valkeapään Ääni	OSIRIS Teatteri (alla myös Loiske Ensemble)	Teatteri 2.0	Vapaa Teatteri / Joensuun Vapaa Teatteriyhdistys ry
Kirjurinluodon kesäteatteri	Otava Ensemble	Teatteri Avoimet Ovet	Viikinsaaren kesäteatteri
Klockriketeatern	Palikkateatteri	Teatteri ILMI Ö.	Vääräpyörä ry
KokoTeatteri	Paraabeli	Teatteri Metamorfoosi	W A U H A U S
Koljonvirtateatteri	PerformanceSirkus	Teatteri Pore	WHS
Kolmas tila - Tredje rummet	Perijuuri	Teatteri Siperia	Wusheng Company

LIITE 3. Kannattajajäsenyyttä tarjoavat VOS-teatterit

Teatteri	Kaupunki	Tyyppi	Yhdistyksen nimi	Edut	Hinta
Aurinkobaletti ²⁷³	Turku	Tanssiryhmä	Aurinkobaletin Kannatusyhdistys ry	Tietoa esityksistä ja alennuksia lipuista.	Henkilöjäsenet: 15 € Yritykset ja yhteisöt: 75 €
JoJo – Oulun Tanssin Keskus ²⁷⁴	Oulu	Tanssiryhmä	JoJo-Oulun Tanssin Keskus -yhdistys ry	Tietoa tanssista ja JoJon toiminnasta, alennuksia lipuista ja kursseista, jäsentapahtumia ja muuta toimintaa.	Opiskelijat, työttömät ja eläkeläiset: 15 € Muut: 20 € Ainaisjäsenyys: 100 €
Tanssiteatteri MD ²⁷⁵	Tampere	Tanssiryhmä	Tanssiteatteri Mobita/Danscon kannatus- yhdistys ry	Vapaalippu ensi- iltoihin, uutiskirje kerran kuukaudessa, jäsenkirje 1–2 kertaa vuodessa, kausiesitteet kotiin tai sähköpostiin, yllätyksiä ja tarjouksia.	Henkilöjäsenet: 30 € Yritykset ja yhdistykset: 150 €
Tanssiteatteri Minimi ²⁷⁶	Kuopio	Tanssiryhmä	Tanssiteatteri Minimin kannatusyhdistys ry	Ei mainittu	10 €
Teatteri Jurkka ²⁷⁷	Helsinki	Ryhmä- tai pieneteatteri	Huoneteatteri Jurkan Kannatusyhdistys r.y.	Ei mainittu	50 €
Unga Teatern ²⁷⁸	Espoo	Keskisuuri teatteri	Skolteaterföreningen r.f.	Tietoa ohjelmistosta, kutsuja ensi- iltoihin, alennusta pääsylippujen hinnoista, ilmainen käsiohjelma.	Summa vapaasti valittavissa.
Varkauden Teatteri ²⁷⁹	Varkaus	Keskisuuri teatteri	Varkauden Teatterin Kannatusyhdistys r.y	Ei mainittu	50 €

²⁷³ Aurinkobaletti 2020.

²⁷⁴ JoJo 2020a; JoJo 2020b.

²⁷⁵ Tanssiteatteri MD 2020.

²⁷⁶ Tanssiteatteri Minimi 2020.

²⁷⁷ Teatteri Jurkka 2020.

²⁷⁸ Unga Teatern 2020.

²⁷⁹ Varkauden Teatteri 2020.

LIITE 4. VOS-teatterit, joita pyörittäviin yhdistyksiin otetaan varsinaisia jäseniä

Teatteri	Kaupunki	Tyyppi	Yhdistyksen nimi	Edut	Hinta
JoJo – Oulun Tanssin Keskus ²⁸⁰	Oulu	Tanssiryhmä	JoJo-Oulun Tanssin Keskus -yhdistys ry	Äänioikeus JoJon kokouksissa. Muuten samat edut kuin kannattajajäsenillä.	Opiskelijat, työttömät ja eläkeläiset: 15 € Muut: 20 € Ainaisjäsenyys: 100 €
Mikkelin Teatteri ²⁸¹	Mikkeli	Keskisuuri	Mikkelin Teatterin Kannatusyhdistys ry	Mahdollisuus osallistua kannatusyhdistyksen vuosikokoukseen	Henkilöjäsen: 20 € Yhteisöjäsen: 200 €
Tanssiteatteri ERI ²⁸²	Turku	Tanssiryhmä	Tanssiteatteri ERI:n kannatusyhdistys ry	Tietoa esityksistä, tempauksista ja tapahtumista sekä alennuksia pääsylippujen hinnoista.	20 €
Tero Saarinen Company ²⁸³	Helsinki	Tanssiryhmä	Into liikkeessä ry	Sitä paremmat edut, mitä korkeammalle tasolle henkilö kuuluu. Kaikille yhteisiä etuja mm. pääsylippujen etuosto-oikeus.	Kaveri: 35 € Ystävä: 200 € Tukija: 1 500 € Circle of Patrons: 5 000 €
Varkauden Teatteri ²⁸⁴	Varkaus	Keskisuuri teatteri	Varkauden Teatterin Kannatusyhdistys r.y	Ei mainittu	Vuosijäsen: 10 € Ainaisjäsen: 150 €
Åbo Svenska Teater ²⁸⁵	Turku	Keskisuuri	Åbo Svenska Teaterförening r.f	Tietoa ohjelmistosta, tarjouksia ja alennuksia pääsylippujen hinnoista, ilmaisia käsiohjelmia, kutsuja jäsentapahtumiin sekä etuosto-oikeus suosittuihin esityksiin. Yritys- ja yhteisöjäsenille muun muassa lippuja viininmaistajaisiin, historiallinen kierros teatteritalossa sekä logo teatterin kausiesitteeseen ja verkkosivuille.	Henkilöjäsen: 20 € Moderni mesenaatti Mini: 200 € Midi: 3 800 € Maxi: Ei määritelty, puhutaan ryhtymisestä teatterin pääsponsoriksi

²⁸⁰ JoJo 2020a; JoJo 2020b.

²⁸¹ Mikkelin Teatteri 2020.

²⁸² Tanssiteatteri ERI 2020.

²⁸³ Tero Saarinen Company 2020.

²⁸⁴ Varkauden Teatteri 2020.

²⁸⁵ Åbo Svenska Teater 2020a ja 2020b.

LIITE 5. VOS-teatterit, joilla on teatterista erillinen kannatusyhdistys

Teatteri	Kaupunki	Tyyppi	Yhdistyksen nimi	Edut	Hinta
Espoon Kaupunginteatteri ²⁸⁶	Espoo	Keskisuuri	Espoon Kaupunginteatterin kannatusyhdistys (teatteria ylläpitää Espoon kaupunginteatterisäätiö, jossa yhdistys on edustettuna)	Alennusta lippujen hinnoista, mahdollisuus osallistua retkille ja eri tilaisuuksiin.	20 €
Hämeenlinnan Kaupunginteatteri ²⁸⁷	Hämeenlinna	Keskisuuri	Hämeenlinnan Teatterikerho ry	Muun muassa teatterimatkoja.	25 € (muilta perheenjäseniltä 20 €/hlö)
Joensuun kaupunginteatteri ²⁸⁸	Joensuu	Keskisuuri	Joensuun Teatterikerho ry (teatteria ylläpitää Pohjois-Karjalan Teatteriyhdistys ry)	Jäsentilaisuuksia, joissa tavataan teatterilaisia, pääsy osaksi koyleisöä, matkoja eri teattereihin.	15 €
Kajaanin kaupunginteatteri ²⁸⁹	Kajaani	Täyskunnallinen, keskisuuri teatteri	Kajaanin Kaupunginteatterin Tuki ry	Jäsenkirjeitä, alennuksia lipuista, erikoistarjouksia, keskustelutilaisuuksia teatterintekijöiden kanssa, mahdollisuus osallistua teatterikaveritoimintaan sekä mahdollisuus ansaita vapaalippuja hankkimalla uusia jäseniä. Kannatusjäsenille lisäksi vapaalippuja ja näkyvyyttä.	Opiskelijat ja työttömät: 10 € Muut: 20 € Kannatusjäsenet: 500 € tai ≥1 000 €
Kotkan Kaupunginteatteri ²⁹⁰	Kotka	Keskisuuri	Kotkan Teatterikerho ry	Teatteriretkiä ja tilaisuuksia.	15 €
Lahden kaupunginteatteri ²⁹¹	Lahti	Täyskunnallinen, suuri teatteri	Lahden Teatterikerho ry	Jäsentiedotteita, erikoishintaisia lippuja, teatterimatkoja, joka syksy pikkujoulut.	27 €
Mikkelin Teatteri ²⁹²	Mikkeli	Keskisuuri	Mikkelin Teatterikerho ry (teatteria pyörittää Mikkelin Teatterin Kannatusyhdistys ry)	Teatterimatkoja, mahdollisuus tehdä vapaaehtoistyötä.	15 €

²⁸⁶ Espoon Kaupunginteatteri 2020a ja Espoon Kaupunginteatterin kannatusyhdistys ry 2020.

²⁸⁷ Hämeenlinnan Teatterikerho 2020a ja 2020b.

²⁸⁸ Joensuun kaupunginteatteri 2020.

²⁸⁹ Kajaanin kaupunginteatteri 2020.

²⁹⁰ Kotkan Teatterikerho 2020.

²⁹¹ Lahden kaupunginteatteri 2020a; Lahden kaupunginteatteri 2020d.

²⁹² Mikkelin Teatterikerho 2020b.

Teatteri	Kaupunki	Tyyppi	Yhdistyksen nimi	Edut	Hinta
Tampereen Työväen Teatteri ²⁹³	Tampere	Suuri teatteri	Tampereen Työväen Teatterin ystävät ry	Jäsenkirje, jäseniltoja, kulttuurimatkoja, tapahtumia sekä mahdollisuus ostaa 2 lippua saman päivän näytökseen alennettuun hintaan.	20 €
Teatteri Vantaa ²⁹⁴	Vantaa	Ryhmä- tai pienteatteri	Teatteri Kehä III:n ystävät ry (teatteria pyörittää Teatteri Vantaan kannatusyhdistys ry)	Alennuksia lipuista, esite ilmaiseksi kotiin, erikoistarjouksia sekä mahdollisuus osallistua jäseniltoihin ja yhdistyksen kokouksiin. Lisäksi lippujen toimitus maksutta kotiin.	25 €
Varkauden Teatteri ²⁹⁵	Varkaus	Keskisuuri	Varkauden Teatterikerho ry (teatteria pyörittää Varkauden Teatterin Kannatusyhdistys r.y)	Jäsentiedotteita, -matkoja ja -tilaisuuksia.	Liittymismaksu: 5 € Jäsenmaksu: 10 €

²⁹³ Tampereen Työväen Teatterin ystävät ry 2020a; Tampereen Työväen Teatterin ystävät ry 2020b.

²⁹⁴ Teatteri Vantaa 2020.

²⁹⁵ Varkauden Teatterikerho 2020.

LIITE 6. Vapaan kentän toimijat, jotka tarjoavat kannattajajäsenyyttä

Teatteri	Kaupunki	Saanut vuonna 2018 valtion toiminta-avustusta	Yhdistyksen nimi	Edut	Hinta
Flow Productions ²⁹⁶	Oulu	Ei	Flow ry	Ei mainita	30 €
Mustan ja Valkoisen Teatteri ²⁹⁷	Imatra	Ei	Mustan ja Valkoisen Teatteri-yhdistys ry	25 %:n alennus Mustan ja Valkoisen Teatterifestivaalin lippujen hinnasta, mahdollisuus tutustua festivaalin esiintyjiin.	Henkilöjäsen: 35 € Yhdistys- tai yhteisöjäsen: 50 €
Nukketeatteri Sananjalka ²⁹⁸	Kiertävä teatteri	Ei	Taustalla Kansan Raamattuseura	Tietoa toiminnasta, Sana-lehti kuukaudeksi.	Teatteria voi tukea sekä rukouksin että rahallisesti.
PerformanceSirkus ²⁹⁹	Helsinki	Kyllä	PerformanceSirkus-yhdistys ry	Jäsenkirjeitä, ilmainen pääsy esityksiin, mahdollisuus osallistua teatteriyhdistyksen virkistys- ja TYHY-päiviin.	10 €
Projektori-ryhmä ry ³⁰⁰	Helsinki	Kyllä	Teatteriyhdistys Projektori ry	Ei mainita.	Ei mainita
Routa Company ³⁰¹	Kajaani	Ei	Routa Company	Uutiskirjeitä, kutsuja työpajoihin, avoimiin harjoituksiin ja ennakkoesityksiin, alennuksia kursseista ja pääsylipuista.	20 €
Sivuun Ensemble ³⁰²	Helsinki	Ei	Sivuun Ensemble ry	Ei mainita.	50 €
Taittuu ry ³⁰³	Helsinki	Ei	Taittuu ry	Tiedotteita.	50 €
Teater Hekate ³⁰⁴	Helsinki	Ei	Teaterförening Hekate rf	Ei mainita	20 €

²⁹⁶ Flow Productions 2020.

²⁹⁷ Mustan ja Valkoisen Teatteri 2020a.

²⁹⁸ Kansan Raamattuseura 2020.

²⁹⁹ V. Asikainen, sähköposti 10.3.2020.

³⁰⁰ Projektori-ryhmä ry 2020.

³⁰¹ Routa Company 2020.

³⁰² Sivun Ensemble 2020.

³⁰³ Taittuu ry 2020.

³⁰⁴ Teater Hekate 2020.

Teatteri	Kaupunki	Saanut vuonna 2018 valtion toiminta-avustusta	Yhdistyksen nimi	Edut	Hinta
Teatteri Toivo ³⁰⁵	Helsinki	Ei	Teatteriyhdistys Toivo ry	Tietoa produktioista, VIP-kohtelua näytöksissä sekä mahdollisuus saada oma nimi teatterin verkkosivuille ja käsiohjelmiin.	Supporter: 100 € True believer: 250 € Show me the money: 300 €
UIT Hakaniemen musiikkiteatteri ³⁰⁶	Helsinki	Ei	UIT ry (kannatusjäsenistä käytetään nimitystä Ilonkantajat)	Uutiskirje, kaksi ilmaislippua kevätrevyyden kutsuvierasnäytökseen, kaksi lippua yhden hinnalla kesäteatteriesityksiin sekä yllätystervehdys kerran vuodessa.	75 €
Vaara - esittävän taiteen kollektiivi ³⁰⁷	Kajaani	Kyllä	Vaara-kollektiivi toimii kulttuuriosuuskunta G-voiman alla	Tietoa.	Vähintään euron. Muuten tuki voi olla niin henkistä, taloudellista kuin esimerkiksi avuliaisuuttakin.
Porttiteatteri ³⁰⁸	Helsinki	Ei	Porttiteatteri ry	Ei mainita	Eläkeläiset, opiskelijat ja työttömät: 5 € Muut: 20 € Yritykset ja yhdistykset: 100 €

³⁰⁵ Teatteri Toivo 2020.

³⁰⁶ UIT 2020.

³⁰⁷ Vaara 2017.

³⁰⁸ Porttiteatteri 2019.

LIITE 7. Vapaan kentän teatterit, jotka hyväksyvät jäseniä taustaorganisaatioonsa

Teatteri	Kaupunki	Sai vuonna 2018 valtion toiminta-avustusta	Yhdistyksen nimi	Edut	Hinta
Klockriketeatern ³⁰⁹	Helsinki	Kyllä	Klockriketeatern r.f.	Uutiskirjeitä, oikeus ostaa lippuja ennen muita, mahdollisuus osallistua referenssiryhmiin ja harjoituksiin.	20 €
Teater Hekate ³¹⁰	Helsinki	Ei	Teaterförening Hekate rf	Ei mainita	15 €
Teatteri Avoimet Ovet ³¹¹	Helsinki	Kyllä	Teatteri Avoimien Ovien Kannatusyhdistys ry	Ei mainita	Ei mainita.
Teatteri-Traktori ³¹²	Joensuu	Ei	Teatteri otsot ry	Tietoa kokouksista ja tapahtumista.	8 €


³⁰⁹ Klockriketeatern 2020.

³¹⁰ Teater Hekate 2020.

³¹¹ Teatteri Avoimet Ovet 2020.

³¹² Teatteri Traktori 2018.

LIITE 8. Kyselylomake




HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

KokoTeatterin ystävät

Lomake on ajastettu: julkisuus alkaa 14.11.2017 9.40 ja päättyy 8.12.2017 0.01

TERVETULOA



Tervetuloa vastaamaan KokoTeatterin asiakaskyselyyn. Osallistumalla autat meitä kehittämään toimintaamme. Lisäksi voit voittaa elämyspaketin itsellesi ja kolmelle ystävällesi (sis. 4 lippua valitsemaasi KokoTeatterin esitykseen + herkullisen yllätyksen kahviosta, arvo noin **150 €**).

Vastaaminen tapahtuu nimettömänä, eikä yksittäisiä osallistujia voida tunnistaa vastauksista. Kyselyyn vastaaminen kestää noin **10 minuuttia**. Vastausaikaa on **7.12.** asti.


Vastaa kysymyksiin klikkaamalla hiirellä sopivaa vastausvaihtoehtoa ja noudattamalla muita kysymyskohtaisia ohjeita. Painamalla Seuraava >> -painiketta pääset tutkimuksessa eteenpäin. Tarvittaessa palaa edelliseen osioon << Edellinen -painikkeella. Muistathan lopuksi tallentaa vastauksesi.

Kysely on toteutettu yhteistyössä teatteritieteen maisterivaiheen opiskelijan kanssa osana hänen pro graduaan.

Kiitos avustasi!

Seuraava >>

Sivu 1 / 19
© Eduix Oy



HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

KokoTeatterin ystävät

Lomake on ajastettu: julkisuus alkaa 14.11.2017 9.40 ja päättyy 8.12.2017 0.01

KOKOTEATTERI

Kuinka usein käyt KokoTeatterissa?

☐ Vähintään 5 kertaa vuodessa
☐ 3-4 kertaa vuodessa
☐ 1-2 kertaa vuodessa
☐ Harvemmin kuin kerran vuodessa
☐ En ole koskaan käynyt KokoTeatterissa

Mikset käy KokoTeatterissa? ?

Vastaa tähän kysymykseen vain, mikäli vastasit äsken, ettet ole käynyt koskaan KokoTeatterissa.

<< Edellinen Seuraava >>

Sivu 2 / 19
© Eduix Oy



KokoTeatterin ystävät

Lomake on ajastettu: julkisuus alkaa 14.11.2017 9.40 ja päättyy 8.12.2017 0.01

KOKO JAZZ CLUB

Kuinka usein käyt Koko Jazz Clubilla?

- ☐ Vähintään 5 kertaa vuodessa
☐ 3-4 kertaa vuodessa
☐ 1-2 kertaa vuodessa
☐ Harvemmin kuin kerran vuodessa
☐ En ole koskaan käynyt Koko Jazz Clubilla

Mikset käy Koko Jazz Clubilla?

?

Vastaa tähän kysymykseen vain, mikäli vastastit äsken, ettet ole käynyt koskaan Koko Jazz Clubilla.

<< Edellinen Seuraava >>

Sivu 3 / 19

© Eduix Oy



KokoTeatterin ystävät

Lomake on ajastettu: julkisuus alkaa 14.11.2017 9.40 ja päättyy 8.12.2017 0.01

UUTISKIRJE

Oletko KokoTeatterin uutiskirjeen tilaaja?

- ☐ Kyllä
☐ En

<< Edellinen Seuraava >>

Sivu 4 / 19

© Eduix Oy



KokoTeatterin ystävät

Lomake on ajastettu: julkisuus alkaa 14.11.2017 9.40 ja päättyy 8.12.2017 0.01

KUVAILU

Miten kuvailisit KokoTeatteria? Mitä sinulle tulee mieleen KokoTeatterista?

<< Edellinen Seuraava >>

Sivu 5 / 19

© Eduix Oy



KokoTeatterin ystävät

Lomake on ajastettu: julkisuus alkaa 14.11.2017 9.40 ja päättyy 8.12.2017 0.01

MIELIKUVAT KOKOTEATTERISTA

Mieti omaa mielikuvaasi KokoTeatterista. Miten hyvin seuraavat määreet sopivat mielestäsi KokoTeatteriin?

	Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Ei samaa eikä eri mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä
* Kiinnostava	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
* Rohkea	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
* Yllättävä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
* Ammattitaitoinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
* Tekee kantaottavia teoksia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
* Korkeatasoinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
* Ajan hermolla	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
* Vanhanaikainen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
* Haastaa ajattelemaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
* Yhdistää eri taiteenlajeja (esim. tanssi ja teatteri)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
* Erottuu muista teattereista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
* Antaa hyvän vastineen rahoille	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

<< Edellinen Seuraava >>

Sivu 6 / 19

© Eduix Oy



KokoTeatterin ystävät

Lomake on ajastettu: julkisuus alkaa 14.11.2017 9.40 ja päättyy 8.12.2017 0.01

KANTA-ASIAKKUUDET

Oletko jonkin teatterin kanta-asiakas? ?

En Kyllä Minkä?

☐ ☐

Kanta-asiakkuudella tarkoitetaan tässä käyttäjälle pääsääntöisesti ilmaisia ohjelmia, joiden jäsenet ovat oikeutettuja esimerkiksi kanta-asiakasiltoihin sekä alennuksiin pääsylippujen hinnoista.

Oletko jonkin teatterin kannattajajäsen?

En Kyllä Minkä?

☐ ☐

Kannattajajäsenyydellä tarkoitetaan tässä toimintaa, jossa yksilö tukee teatteria tietyllä summalla per vuosi.

<< Edellinen Seuraava >>

Sivu 7 / 19

© Eduix Oy



KokoTeatterin ystävät

Lomake on ajastettu: julkisuus alkaa 14.11.2017 9.40 ja päättyy 8.12.2017 0.01

KOKON YSTÄVÄT

KokoTeatteri perustaa keväällä 2018 ystäväklubin, joka avaa oven teatterin sisäpiiriin. Luvassa on muun muassa ilmaisia ennakoita, tekijätapaamisia sekä rahanarvoisia etuja. Klubin jäsenmaksu on kaksikymmentä (20) euroa vuodessa.

Kuinka kiinnostunut olisit liittymään tällaiseen klubiin?

- ☐ Erittäin kiinnostunut
☐ Jokseenkin kiinnostunut
☐ En kovin kiinnostunut
☐ En lainkaan kiinnostunut
☐ En osaa sanoa

<< Edellinen Seuraava >>

Sivu 8 / 19

© Eduix Oy



KokoTeatterin ystävät

Lomake on ajastettu: julkisuus alkaa 14.11.2017 9.40 ja päättyy 8.12.2017 0.01

YSTÄVÄKLUBI

Mitä ystävätoiminnan tulisi tarjota, jotta voisit harkita jäsenyyttä? Valitse 1–5 tärkeintä asiaa.

- ☐ Alennusta KokoTeatterin lippujen hinnoista
- ☐ Alennusta Koko Jazz Clubin lippujen hinnoista
- ☐ Alennusta kahvion/baarin tuotteista
- ☐ Ilmainen väliaikakahvi tai -tee
- ☐ Tekijä-/taiteilijatapauksia
- ☐ Keskustelutilaisuuksia esitysten jälkeen
- ☐ Pääsy avoimiin harjoituksiin
- ☐ Jäseniltoja
- ☐ Viime hetken tarjouksia
- ☐ Kulttuurimatkoja
- ☐ Alennusta tilojen vuokrista omia tilaisuuksia varten
- ☐ Erilaisia tapahtumia ja tempauksia, kuten kirpputoreja ja myyjäisiä

Jotain muuta, mitä?

<< Edellinen

Seuraava >>

Sivu 9 / 19

© Eduix Oy



KokoTeatterin ystävät

Lomake on ajastettu: julkisuus alkaa 14.11.2017 9.40 ja päättyy 8.12.2017 0.01

YSTÄVÄKLUBITOIMINTA

KokoTeatterin ystäville avautuu klubin kautta mahdollisuus osallistua teosten syntyprosessiin. Kuinka kiinnostunut olisit ottamaan osaa seuraaviin toimintoihin?

	Erittäin kiinnostunut	Jokseenkin kiinnostunut	En kovin kiinnostunut	En lainkaan kiinnostunut	En osaa sanoa
Osallistuminen käsikirjoituksen valmistamiseen/muokkaamiseen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Osallistuminen uuden teoksen ensimmäiseen lukuharjoitukseen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palautekeskustelu harjoitusten jälkeen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palautekeskustelu ensi-illan jälkeen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

☐ Haluan seurata prosessia ilman, että minun tarvitsee antaa palautetta tai osallistua siihen muilla tavoin.

☐ En halua osallistua esitysten kehittämiseen millään tavalla.

<< Edellinen

Seuraava >>

Sivu 10 / 19

© Eduix Oy



KokoTeatterin ystävät

Lomake on ajastettu: julkisuus alkaa 14.11.2017 9.40 ja päättyy 8.12.2017 0.01

VAPAAEHTOISTOIMINTA

Kuinka kiinnostunut olisit osallistumaan KokoTeatterilla seuraaviin aktiviteetteihin?

	Erittäin kiinnostunut	Jokseenkin kiinnostunut	En kovin kiinnostunut	En lainkaan kiinnostunut	En osaa sanoa
Talkoot (esim. pienet remontti- ja kunnostustyöt)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Julisteiden ja esitteiden jakelu kaupungille pienryhmissä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Keräyksen järjestäminen teatterin hyväksi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Teatteriasiamiestoiminta (ansaitset yhden ilmaislipun jokaisesta 10 hengen ryhmästä, jonka tuot teatteriin)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

<< Edellinen Seuraava >>

Sivu 11 / 19

© Eduix Oy



KokoTeatterin ystävät

Lomake on ajastettu: julkisuus alkaa 14.11.2017 9.40 ja päättyy 8.12.2017 0.01

TIEDON ETSINTÄ

Mistä haet ensisijaisesti tietoa KokoTeatterin tapahtumista? Valitse enintään kolme (3) vaihtoehtoa.

- ☐ Teatterin verkkosivuilta
- ☐ Teatterin uutiskirjeestä
- ☐ Teatterin Facebook-sivuilta
- ☐ Teatterin Instagramista
- ☐ Teatterin Twitteristä
- ☐ Kulttuurihaitanista
- ☐ Verkosta
- ☐ Tuttavilta
- ☐ Sosiaalisesta mediasta
- ☐ Lehdistä

Muualta, mistä?

<< Edellinen Seuraava >>

Sivu 12 / 19

© Eduix Oy



KokoTeatterin ystävät

Lomake on ajastettu: julkisuus alkaa 14.11.2017 9.40 ja päättyy 8.12.2017 0.01

ESITYKSEN VALINTA

Valitse kolme (3) tärkeintä syytä, joiden perusteella valitset, mihin esitykseen menet.

- ☐ Mainos
- ☐ Traileri
- ☐ Ennakkojutut, kuten tekijöiden haastattelut
- ☐ Arvio
- ☐ Tuttavan suositus
- ☐ Kiinnostava aihe
- ☐ Kiinnostavat/tunnetut tekijät
- ☐ Esityksen lajityyppi
- ☐ Pääsylipun hinta

Muu, mikä?

<< Edellinen

Seuraava >>

Sivu 13 / 19

© Eduix Oy



KokoTeatterin ystävät

Lomake on ajastettu: julkisuus alkaa 14.11.2017 9.40 ja päättyy 8.12.2017 0.01

TEATTERISSÄ KÄYMINEN

Mikä seuraavista väitteistä kuvaa sinua parhaiten teatterissa kävijänä?

- ☐ Suunnittelen teatterikäyntini tarkkaan ja varaan/hankin lippuni vähintään kaksi viikkoa etukäteen.
- ☐ Varaan/hankin lippuni viimeistään muutamaa päivää ennen esitystä.
- ☐ Elän hetkessä. Päätän vasta samana päivänä, mihin esitykseen menen.

Käytkö useimmiten teatterissa

- ☐ Yksin
- ☐ Puolison/kumppanin/kaverin kanssa
- ☐ Perheen kanssa
- ☐ Kaveriporukalla
- ☐ Työtovereiden tai harrastusryhmän kanssa

Kuka yleensä päättää, mihin esitykseen menet?

- ☐ Minä itse
- ☐ Minä itse yhdessä jonkun toisen kanssa
- ☐ Puolisoni/tuttavani
- ☐ Työnantajani/harrastusryhmä

<< Edellinen

Seuraava >>

Sivu 14 / 19

© Eduix Oy



KokoTeatterin ystävät

Lomake on ajastettu: julkisuus alkaa 14.11.2017 9.40 ja päättyy 8.12.2017 0.01

KIINNOSTUKSEN KOHTEET

Mitä näistä haluaisit nähdä enemmän KokoTeatterissa? ?

- ☐ Puheteatteria
- ☐ Esityksiä, jotka yhdistävät teatteria ja tanssia
- ☐ Esityksiä, jotka yhdistävät teatteria ja sirkusta
- ☐ Esityksiä, jotka yhdistävät teatteria ja elävää musiikkia
- ☐ Kotimaisia vierailuesityksiä
- ☐ Ulkomaisia vierailuesityksiä
- ☐ Lapsille suunnattuja esityksiä
- ☐ Soveltavaa teatteria* (esim. ikäihmisille tai syrjäytymisvaarassa oleville nuorille)

Soveltavalla teatterilla tarkoitetaan tässä yhteisöllistä teatterin tekotapaa. Esitys työstetään esimerkiksi yhdessä nuorten tai erityisryhmien kanssa.

Jotain muuta, mitä?

<< Edellinen Seuraava >>

Sivu 15 / 19

© Eduix Oy



KokoTeatterin ystävät

Lomake on ajastettu: julkisuus alkaa 14.11.2017 9.40 ja päättyy 8.12.2017 0.01

TAUSTATIEDOT

Ikä ?

Kirjoita numeroina

Sukupuoli

- ☐ Nainen
- ☐ Mies
- ☐ Muu
- ☐ En halua kertoa

Postinumero

Pääasiallinen asema työmarkkinoilla

Opiskelija

<< Edellinen Seuraava >>

Sivu 16 / 19

© Eduix Oy

KokoTeatterin ystävät

Lomake on ajastettu: julkisuus alkaa 14.11.2017 9.40 ja päättyy 8.12.2017 0.01

AVOIN PALAUTE

Voit vielä halutessasi antaa KokoTeatterille palautetta. Mikä teatterissa toimii? Mikä ei? Kuinka tyytyväinen olet tiloihin, väliaikatarjoiuihin tai vaikkapa ohjelmistoon? Sana on vapaa.

Voit halutessasi antaa palautetta Koko Jazz Clubista. Sana on vapaa.

<< Edellinen

Seuraava >>

Sivu 17 / 19

© Eduix Oy

KokoTeatterin ystävät

Lomake on ajastettu: julkisuus alkaa 14.11.2017 9.40 ja päättyy 8.12.2017 0.01

OSALLISTUMINEN ARVONTAAN

Kiitos avusta. Tässä olivat kaikki kysymykset. Voit halutessasi vielä täyttää yhteystietokaavakkeen elämäspaketin (arvo noin 150 €) arvontaa varten. Yhteystietoja käytetään vain ja ainoastaan voittajan tavoittamiseen. Ilmoitamme voittajalle voitosta henkilökohtaisesti. Onnea arvontaan!

Etunimi	<input type="text"/>
Sukunimi	<input type="text"/>
Katuosoite	<input type="text"/>
Postinumero	<input type="text"/>
Postitoimipaikka	<input type="text"/>
Sähköpostiosoite	<input type="text"/>
Puhelinnumero	<input type="text"/>

<< Edellinen

Seuraava >>

Sivu 18 / 19

© Eduix Oy



KokoTeatterin ystävät

Olet nyt vastannut kaikkiin kysymyksiin. Jos haluat vielä palata muuttamaan vastauksiasi, paina Edellinen.
Vastauksesi tallentuvat painettuasi Valmis etkä pääse enää muuttamaan niitä.
Kiitos vastauksestasi!

TIETOJEN LÄHETYS

Sivu 19 / 19

© Eduix Oy

LIITE 9. Malli etujen haarukoinnista

	Perustaso	Pronssitaso	Hopeataso	Kultataso	Tilaaaja	Sponsori	Tukija
Ilmainen esite kotiin	x	x	x	x	x	x	x
Mahdollisuus tavata tekijöitä		x	x	x	x	x	x
Mahdollisuus ostaa lippuja ennen muita		x	x	x	x	x	
Alennuksia lipuista		x	x	x	x	x	
Kutsuja erityistilaisuuksiin		x	x	x	x	x	
Uutiskirje	x	x	x	x		x	
Ilmaiset käsiohjelmat				x	x	x	x
Mahdollisuus osallistua teatterikierrokselle maksutta				x	x	x	x
Mahdollisuus tehdä vapaaehtoistyötä			x	x		x	
Mahdollisuus saada oma nimi käsiohjelmaan				x		x	x
Pääsy avoimiin harjoituksiin				x	x		
Mahdollisuus saada nimilaatta seinälle						x	x

Taulukko perustuu Liz Hillin ja Brian Whiteheadin teokseen *The Complete Membership Handbook – A guide to managing friends, members and supporters schemes*. Alkuperäinen malli löytyy kirjan sivulta 195.